

## Made4men – alt i mandepleje

### Har du brug for et plejprodukt, og er du mand, så er Made4men stedet for dig. E-HANDELSPRISEN har interviewet den daglige leder, Jesper Hvejsel om succeshistorien - [made4men.dk](http://made4men.dk)

- I sin essens startede vi for to år siden med et site, der så helt anderledes ud. Vi overvejede dengang, om vi skulle satse på discount. Men samtidigt med vores opstart blev Matas overtaget af en kapitalkæde, der halverede deres varemærker, så vi satsede på at være førende i varesortiment.

- Vores målsætning var, at vi skulle føre det største udbud af mærker, og det gør vi i dag. Der er ingen større end os, heller ikke af de fysiske butikker.

- Vi har 500 forskellige produkter, og når man siger det til kvinder, så griner de, sikkert fordi det er svært at tro på, at der findes så mange produkter til mænd.

### Målgruppen og produktet

- I starten var det svært at lancere plejeprodukter til mænd online, men jeg tror også, at det hang sammen med, at vi ikke var kendte af så mange, og markedet var ikke så stort dengang.

- På google ligger vi nummer et, og har gjort det næsten siden opstarten. Antallet af søgninger angående plejeprodukter til mænd er blevet tredobbelt siden dengang, og det siger noget om markedsudviklingen.

- I dag er der stort fokus på plejeprodukter til mænd, og ligeså mange, der bruger dem.

### Udviklingen af forretningen

- Vores forretningsudvikling har været præget af trial-and-error og micromanagement - såsom hvad sælger, og hvorfor?

- Vi bruger både AdWords og SEO (søgemaskineoptimering), og SEO-disciplinen har faktisk været let for os, for google er gode til at finde de relevante sites, specielt når vi er få i branchen.

### Mænd som kunder

- Mænd, der er kunder af plejeprodukter, sidder ikke og læser om andres problemer, men har det mere med, 'jeg har et problem, hvad er løsningen?' Så vi har en kosmetolog ansat til at svare på kundernes spørgsmål, samt til at skrive artikler om det mænd vil vide. Derudover prøver vi med nogen problem-og-løsningsboks, til at give svar på det mest spurgte.

- Kunderne er overraskende meget optaget af at finde de rigtige produkter, og vi har vores fulde opmærksomhed på at hjælpe dem til det rette valg.

- Vi bliver løbende bedre til at give sitet mere relevant indhold for mænd, og selvfølgelig droppe det, vi mænd ikke gider beskæftige os med.