

POISE of denmark - Med IT i omklædningsrummet

Inde på www.poiseofdenmark.dk kan man med syv lette skridt klikke sig til det rigtige jakkesæt plus passende ekvipering - har man køber-slinger i valsen, er der omfattende rådgivning tilgængelig på sitet.

Prisen er finanskrise/- og kone medbudgetgaranteret, nemlig blot 2000,-

Det lyder næsten for godt til at være sandt, så E-HANDELSPRISEN har interviewet direktør Ken Malec om konceptet og produktet.

Designkoncept og edition produktion

- Vi har en stringent designtilgang, med 2 populære modeltyper jakkesæt, og vores periodevise designændringer er småting. Vi spår ikke om morgendagens trend, og betaler derfor heller ikke nogen dyre designer om at gøre sig disse tanker.

- Desuden syer vi på de samme fabrikker som mange andre af de store fabrikanter, og heri ligger tillige noget af grunden til at vi kan sælge så billigt, fordi vi høster fabrikernes viden om designkonstruktion mv. Her sparer vi også nogle dyre lønninger, som ikke kan flyttes til udlandet.

- Vores produktionskvalitet er høj og vi laver kun 250 stk. jakkesæt af hvert specifikke design, så vores produktion er mere omkostlig, end de mærker der masseproducerer.

Social accept som salgsargument

- Vores produkt henvender sig til ca. 80 % af den danske befolkning. De efterspørger lækker kvalitet i et gennemført produkt, der sikrer dem social accept.

- Social accept opnår man, hvis konen og kollegaerne synes man er klædt smart på, og ikke ved at være den første, der går ned og køber et pink slips. Det gør de trendsættende, og det er bestemt ikke socialt accepteret, i den almene danske befolkning.

IT med ind i garderoben

- Vi har også skåret ind til benet på salgssiden, så vi har ikke nogen fysiske butikker. Når mænd køber tøj, har de typisk en ekspedient, der hjælper dem med sammensætningen. Denne form for sammensætningshjælp er vi lykkedes med at genskabe online, med måden der vælges tøj på sitet, via de fem første købstrin.

PR på konceptet

- I vores relative korte levetid har vi indgået i mange mediesamarbejder, og PR-aktiviteter, hvor vi har forsøgt at råbe danskerne op med budskabet, at det ikke handler om hvad der står i nakken, men hvordan det føles at have på. Og vi kan mærke at budskabet spreder sig som ringe i vandet.

- Det er vores måde at få kendskabet og budskabet frem, for vi skal holde prisen nede på jakkesættet, så vi kaster ikke penge efter markedsføring og den kulørte presse.

- Vi kommer med en revolutionerende PR-aktivitet om en halvanden måneds tid, hvor vi vil være at finde i bl.a. Aftenshowet og God Aften Danmark, men det kan jeg desværre ikke fortælle dig så meget om endnu.

Stormfuld start vendt til medvind

- Vi blev i starten bedømt af en såkaldt ekspert, hvor vi fik topkarakter i fornyelse og kreativitet på vores koncept, men han dumpede os på hele det finansielle område.

- Nu har vi lige opgjort vores perioderesultat, der viser et pænt plus, hvilket med tanke på at vi er en nystartet virksomhed er ekstra pænt, så det regnskab glæder jeg mig til at vise ham ved lejlighed.

E-HANDELSPRISEN og POISE of Denmark

- Vi har præsteret at flytte en bestemt forretningstype fra offline til online, på trods af manges spådomme om at det var umuligt, og det er noget andre iværksættere kan skrive sig bag øret - man skal ikke lade sig kue.