

# Du & Jo

SÄLJ  
BÄTTRE  
2016

Så når du  
den moderna  
konsumenten

## SHOPPINGEN FLYTTAR HEM

E-handeln tar klivet  
in i vardagsrummen

## DRÖMFÅNGAREN

Sollefteås spirituella  
e-handel

## HENNES PERSONAL ÄR ROBOTAR

Japp, bokstavligen!

Personligt, initierat  
och passionerat.  
Green Kitchen Stories  
bloggade sig världsberömda  
och förnyade branschen  
av bara farten.

GERILLA PÅ RÄTT SÄTT  
SOCIALA MEDIER 3.0  
MUSIKDETEKTIVEN  
POSTNORD HELA VÄGEN  
SLUTSPONS RAT?





# VAR SMART OCH SPARA TID!

– koppla ihop alla dina program

Koppla ihop alla dina system med Fortnox ekonomiprogram och slipp registrera samma information på flera ställen. Vi har en mängd olika lösningar färdiga för dig att använda redan idag, exempelvis för:

- Kassasystem
- Arbetsordersystem
- Lagersystem
- Webshopar
- Bokningssystem
- Projekthanteringssystem

Har vi inte någon koppling till just ditt system? Kontakta oss så hjälper vi dig.

[www.fortnox.se/kopplingar](http://www.fortnox.se/kopplingar)

# FORTNOX

Småföretagens bästa vän

Du kan ladda hem Du&Co:s  
samtliga företagsguider på  
[postnord.se/foretagsguide](http://postnord.se/foretagsguide)



#### 1. BYGG DITT FÖRETAG

**För dig som:** vill ta steget och bli etablerad.

**Innehåller:** allt från USP till digitala fallgropar.

#### 2. VÄXI

**För dig som:** vill utvecklas till någonting större.

**Innehåller:** allt från finansiering till ledarskap.

#### 3. MARKNADSFÖR DIG

**För dig som:** vill kommunicera och synas.

**Innehåller:** allt från målgruppsanalys till mätning.

#### 4. SÄLJ BÄTTRE

**För dig som:** vill få en stabil försäljning.

**Innehåller:** allt från prissättning till erbjudande.

#### 5. VÅRDA DIN KUND

**För dig som:** vill få återkommande kunder.

**Innehåller:** allt från kundinsikt till leverans.

## Prenumerera på PostNords nyhetsbrev

PostNords digitala nyhetsbrev kommer fylla av erbjudanden, rabatter och tips om smarta tjänster för företagare – från Reklamfixaren till MyPack. Får du inte breven i dag så passa på att börja prenumerera.

Anmäl dig på [www.postnord.se/nyhetsbrev](http://www.postnord.se/nyhetsbrev)



## Vinn bokpaket från Bonnier Fakta

Tävla och vinn ett bokpaket med tre inspirerande böcker: "Paolos pizza och pasta" av Paolo Roberto, "Välklädd" av Christian Quaglia och "Livet är ett äventyr" av Annelie Pompe. Av alla rätta svar drar vi tre vinnare av varsitt bokpaket som skickas per post. Du behöver bara svara på följande fråga:

Vilken nummer klassisk ungdomsfilm handlar om Paolo Roberto?

1. 1 Stockholmsnatt
- X. G – som i gemenskap
2. PS Sista sommaren

Vi vill ha ditt svar senast den **21 september**.

Skicka svaret till Du&Co, Spoon, Rosenlundsgatan 40, 118 53 Stockholm.

**E-post:** du.co@spoon.se.

Eventuell vinstskatt betalas av vinnaren.

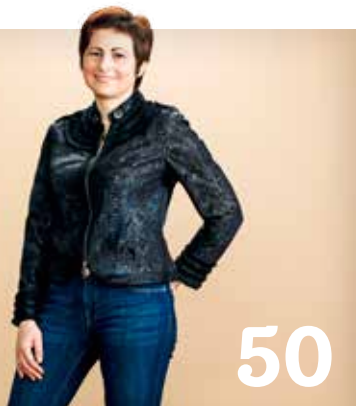
Glöm inte ange storlek.



# INNEHÅLL #2-2015

## SHOPPING-AUTOMATION

Möt Nadia Shouraboura, Amazonstjärnan som skapat klädbutiken där personalen är robotar. Det är sant, vi lovar.



## 26. FRAMGÅNGSSAGA

Det började med en enkel blogg. Nu har David och Luise skapat en vegetarisk vägvinnare.



## 64. ♥-MÄKLARNA

Här är studenterna som skapade dejtingappen som parar ihop företag med investerare.

## 7-24 AGENDA

**INNOVATION:** Det är billigt och lätt. Eller svårt?

Undvik fallgroparna i gerillamarknadsföring.

**PÅ JOBBET:** Lager och logistik kan vara en svår nöt att knäcka. Vi hjälper dig.

**MER PÅ JOBBET:** Så lyckas du när du annonserar på Google och i sociala medier.

## 32. KONVERTERA MERA

Du vet redan att i omnikanalstider så måste du finnas där kunden vill, när kunden vill. Nu hjälper vi dig att ta nästa steg: konvertera.

## 36. SÅ SKA DET INTE LÅTA

När tjuvar stjälar låtar är det Marianne Csizmadia som sätter dit dem. Musikexperten är en av världens främsta på att hitta likheter.

## 40. LITEN ORT, STOR SUCCÉ

Carina hängde upp drömfångaren i en liten butik i lilla Sollefteå. Några år senare skickar hennes e-butik 500 paket i månaden.

## 46. CROWDFUNDINGENS ABC

Har du en kanonidé men plånboken ekar tom? Det finns lösningar. Crowdfunding har växt enormt. Här är tipsen, tricksen och inspirationen.

## LEDAREN

# På kundens villkor

→ Ett företag existerar alltid på kundernas villkor. Det är ingenting nytt i det. Det som är nytt i dag är att kunderna vägrar sitta stilla. De shoppar och tar del av kommunikation och erbjudanden i butik, postlåda, online, sociala medier, via vänner, hemma i vardagsrummet, hos ombuden, i mobilen ... Köpresan har gått från att vara linjär och relativt lätt att förutspå, till att bli som en tallrik spaghetti, rörig och full av lösa trådar.

Du kan försöka följa din kund – och finnas med ditt erbjudande just när, och där, den vill ha det – på

flera olika sätt. Jobbar du rätt med omnichannel – och utgår ifrån hur just dina kunder vill konsumera och kommunicera – så har du hittat nyckeln till framgång. Och levererar du som kunderna vill ha det, så har du vridit om den också.

Du kan se ditt arbete med omnichannel som enbart en hel- och ren-faktor, eller så kan du se den som en oerhört stark konkurrensför-del. Detsamma gäller dina leveranser. I dag växer det fram många företag som bygger sin affärsidé runt smarta och effektiva hemleveranser, där före-

taget "kommer hem till kundernas vardagsrum". Det handlar till exempel om prenumerationstjänster där du kan prova produkter hemma, och sedan gratis kan skicka tillbaka de du inte vill ha. Eller paket av produkter för specifika behov vid specifika tillfällen. Den moderna e-handeln öppnar för dessa helt nya affärsmodeller där just leveransen är kärnan, snarare än produkten i sig.

Det är en oerhört spännande utveckling där den traditionella handeln och e-handeln växer samman till helt nya typer av erbjudanden.



**ANDERS HOLM**  
chef PostNord Sverige

# Varsågod företagare: *100 GB att starta hösten med.*

iPhone 6  
Jobbmobil Multi 5 GB  
100 GB extra surf  
under 3 mån

**599**  
kr/mån



iPhone 6



I höst får du 100 GB extra att surfa för när du köper valfri smartphone med Telia Jobbmobil Multi 5 GB. Dessutom ingår 1 TB lagring i molnet och Telias försäkring i 3 mån. En trygghet för företaget, mobilen och dig.

För alla  
företag



**Missa inga viktiga  
samtal i höst.**

**Nyhet:** Telias nya växel är en lättanvänd växel som du når via en app i mobilen. Alla på företaget kan hjälpas åt att svara och du får en bra överblick över vem som kan ta samtalet.



12 000  
internetsidor



50 timmar  
film



150 timmar  
videokonferens

**Hur mycket är  
egentligen 100 GB?**

Det är tillräckligt mycket för att du ska klara både jobb och fritid. Hösten är räddad!

Välkommen till [telia.se/foretag](http://telia.se/foretag), våra butiker och återförsäljare eller ring 90 400.

Gäller företag så långt lagret räcker dock längst t.o.m. 31/8 2015. Vid 24 mån bindning av Telia Jobbmobil Multi 5 GB. Pris vid köp av iPhone 6 16 GB 599 kr/mån samt 400 kr kontant (varav 100 kr i förhöjd månadsavgift). Tillhörande 100 GB data kan förbrukas under 3 månader (90 dagar). OneDrive ingår 3 månader fritt med 1 TB lagring, därefter 49 kr/mån, värde 147 kr. Lägg till ett extra Datasim för 29 kr/mån med 24 mån bindning så ingår en mobil 4G router (värde 1116 kr). Telia Försäkring Företag ingår fritt i 3 månader (värde från 177 kr). Gäller vid köp av mobil med ett Telia abonnemang. Försäkringen löper på automatiskt efter den fria perioden (från 59 kr/mån). Alla erbjudanden och priser är exkl. moms. För mer information se [telia.se/foretag](http://telia.se/foretag)



# ”Jordens chans att ta kunder”

Nu har USA:s största shopping- och readag, Black Friday, fått rejält fäste i Sverige.

**BLACK FRIDAY** infaller först i november, men den som vill satsa måste börja planera redan nu.

– Jag ser Black Friday som jordens chans att ta kunder från konkurrenterna, säger PostNords e-handelsexpert Arne Andersson.

Konceptet lanserades i Sverige för några år sedan, ”men man kan säga att det tog fart på allvar förra året”, säger Carin Blom, analytiker, på HUI Research.

Black Friday infaller dagen efter Thanksgiving, som firas fjärde torsdagen i november, och markerar starten för julhandeln i USA. För några år sedan instiftade dessutom e-handlarna en egen dag, Cyber Monday, på måndagen efter. Konceptet bygger på kampanjer som varar under kort tid, till exempel en dag eller hela helgen.

Att de flesta svenskar inte vet vad Black Friday och Cyber Monday är, har inte spelat någon större roll för etableringen i Sverige. Förra året gick både fysiska och digitala butiker ut med massiva kampanjer, och uppmärksamheten i media var stor. När handeln väl satte i gång ökade trafiken på Prisjakt med uppemot 80 procent, och många e-handlare



Kö utanför Macy's i New York inför Black Friday.

FOTO: GETTY IMAGES

slog försäljningsrekord. Samtidigt verkar det inte ha lett till någon minskning av julhandeln, som gick över all förväntan och ökade med 4,9 procent.

– Däremot kom den i gång tidigare, och handlarna fick chans att underhålla kunden under en längre period. Annars har trenden de senaste åren varit att konsumenterna köper julklappar allt senare på nätet, säger Carin Blom.

**MEN BEHÖVER VI** verkligen fler readagar? Många handlare tar sig för pannan när Black Friday kommer på tal. För precis som i julhandeln krävs det mycket planering och resurser, till exempel för att hantera lager och logistik.

– I England säger man att

Black Friday är som en drog, ingen vill ha den men man måste. Konkurrensen på nätet är stenhård, och de som inte hakar på riskerar att tappa kunder, säger Arne Andersson.

Carin Blom påpekar också att det finns en risk med att ha för många readagar. För varför handla till fullpris när det alltid blir billigare snart? Samtidigt går det inte att komma ifrån att konsumenterna älskar reor, och som vanligt gäller det att tänka smart och skapa lönsamma kampanjer.

– Satsa på produkter som tilltalar många i din kundgrupp. Vissa produkter är naturliga, som utgående sortiment och produkter med lite mer marginal på, säger hon. ■



## Handla på Ica bakom ratten

Icas nya e-handelslösning har lanserats på många butiker runt om i landet. På Ica Maxi i Linköping var man först ut att testa den nya drive thru-lösningen.

– Vi har märkt att kunderna har frågat efter det. Och när Ica tog fram en egen lösning ville vi vara med, säger Thomas Lundvall, Icahandlare.

Lösningen som testas bygger på att kunden lägger in sin order i nätbutik, därefter erhålls en kod. När man sedan kommer för att hämta varorna aktiverar man en länk och skriver in sitt registreringsnummer. Personalen i butiken lämnar ut ordern. Kunden behöver inte ens lämna bilen. Utvecklingen av tekniken har skett i samarbete med Qmatic.



## Finansieringsform för social innovation

Nu testas Social Impact Bonds, SIB, i Sverige. Det är en ny finansieringsform för social innovation och förebyggande arbete. SIB handlar om att i förväg sätta upp tydliga mål och önskade sociala effekter. Offentliga aktörer som kommuner, landsting med flera inkluderar dessa mål i ett finansieringsavtal och kan därmed dela den ekonomiska risken med sociala entreprenörer och externa finansiärer. Fryshuset är några av de första att få projektstöd denna väg.

## SÅ MAXAR DU BLACK FRIDAY Carin Blom och Arne Andersson tipsar

### 1. Fånga in nya kunder

Black Friday är en chans att få in nya kunder i butiken. Planera för hur du ska få dem att fortsätta handla, till exempel genom att visa nya produkter och knyta upp dem till kundklubben eller lojalitetsprogrammet. Annars blir det bara en tillfällig peak.

### 2. Marknadsför i tid

Kommunicera kampanjen i god tid, gärna en månad innan. Kunder som söker på Black Friday ska kunna hitta dig på nätet. Under Black Friday är folk ute efter att göra klipp, och då ska kampanjerna synas tydligt på din webbplats och i dina annonstexter.

### 3. Kontakta logistikleverantören

Ta kontakt med logistikleverantören i god tid för att planera tillsammans. Om volymerna ökar utan förvarning kan leverantören få svårt att hämta upp alla varor.

# Pricka rätt med

Visst kan det vara lockande att se sitt firmanamn på favoritlagets tröjor. Men ger det egentligen någon effekt för dig och ditt företag? Björn Stenvad, sponsringsexpert på Rättighetsbyrån, hjälper dig att lyckas.

## SE ÖVER BEHOVET

– Varför vill man sponsra? Är det för att göra en god gärning eller för att stärka det egna varumärket. Identifiera syfte, mål och behov noggrant. Sponsring är ett mångsidigt affärsverktyg med stora möjligheter.



**Björn Stenvad.**

## FÅ MED PERSONALEN

– Att exempelvis sponsra ett motionslopp eller en ideell organisation kan vara en bra metod för att skapa intern stolt-

het i företaget och engagera personalen.

## AKTIVERA

– Att bara ge en peng till det lokala fotbollslaget ger egentligen inte så mycket tillbaka. Om du däremot tar med kunderna och låter dem möta laget i en fotbollsmatch, eller låter en av lagets ledare föreläsa hos ditt företag gör du något aktivt med sponsringen.

## SE ÖVER RISKERNA

– Kan sponsringen slå tillbaka? Åbro tar en kalkylerad risk när de väljer att sponsra och förknippas med AIK, och därmed potentiellt tappa djurgårdare och hammarbyare som kunder.



## HÅLL DISTANSEN

– Det är bra att vara engagerad i exempelvis laget man sponsrar, men att lägga sig i laguttagningen är att gå för långt. Sponsringen bör helt enkelt ses som ett affärsverktyg.

## HITTA KOPPLINGEN

– Sponsra något du och företaget vill förknippas med. Det måste inte vara en direkt koppling utan kan även vara en skapad, som exempelvis Vattenfalls engagemang i längdskidåknningen, där man för in värden som natur, energi och kraft.

## VAR INTE RÄDD FÖR SKANDALER

– Det är sällan exempelvis en dopningsskandal slår tillbaka mot sponsorn. Generellt har folk

# ENKEL BOKFÖRING OCH FAKTURERING

Programmet är specialutvecklat för enskilda firmor och frilansare.

- Skapa och skicka professionella fakturor
- Skicka fakturor till kunder i önskat format med ett enkelt klick
- Registrera arbetstimmar, försäljning, och utgifter på din mobil
- Registrera milersättning och traktamente

SKAPA GRATIS KONTO

[www.zervant.se](http://www.zervant.se)

# sponsringen

förståelse för att företaget inte har något med skandalen att göra. Men se ändå till att ha en plan för hur man som sponsor ska agera, för utan en plan kan ett misslyckat sponsorsamarbete få stora konsekvenser.

## SKIPPA SPORTEMEN

– Idrott är den mest klassiska sponsringskanalen, men det finns även andra sätt att nå målgruppen. Fler och fler går på konserter och festivaler och kanske är det där man har sin kärnpublik.

## VISA ENGAGEMANG

– En tydlig trend är att företag gärna vill visa sitt samhällsengagemang, den typen av sponsring kommer att öka ännu mer framöver.



Way Out West 2015 skapar tillsammans med uppstickaren Oatly en mjölkfri festival.

## GLÖM INTE KULTUREN!

Annica Sandh, kommunikationskonsult inom scenkonst, guidar till smartare sponsring inom kulturen.

### Varför ska man välja kultursponsring?

– Som företagare får man en direktkontakt in i en helt annan bransch än näringslivet. Rätt nyttjat kan ett sponsringssamarbete med en kulturverksamhet bidra till både stärkta kundrelationer och inspiration för det egna varumärkets utveckling.

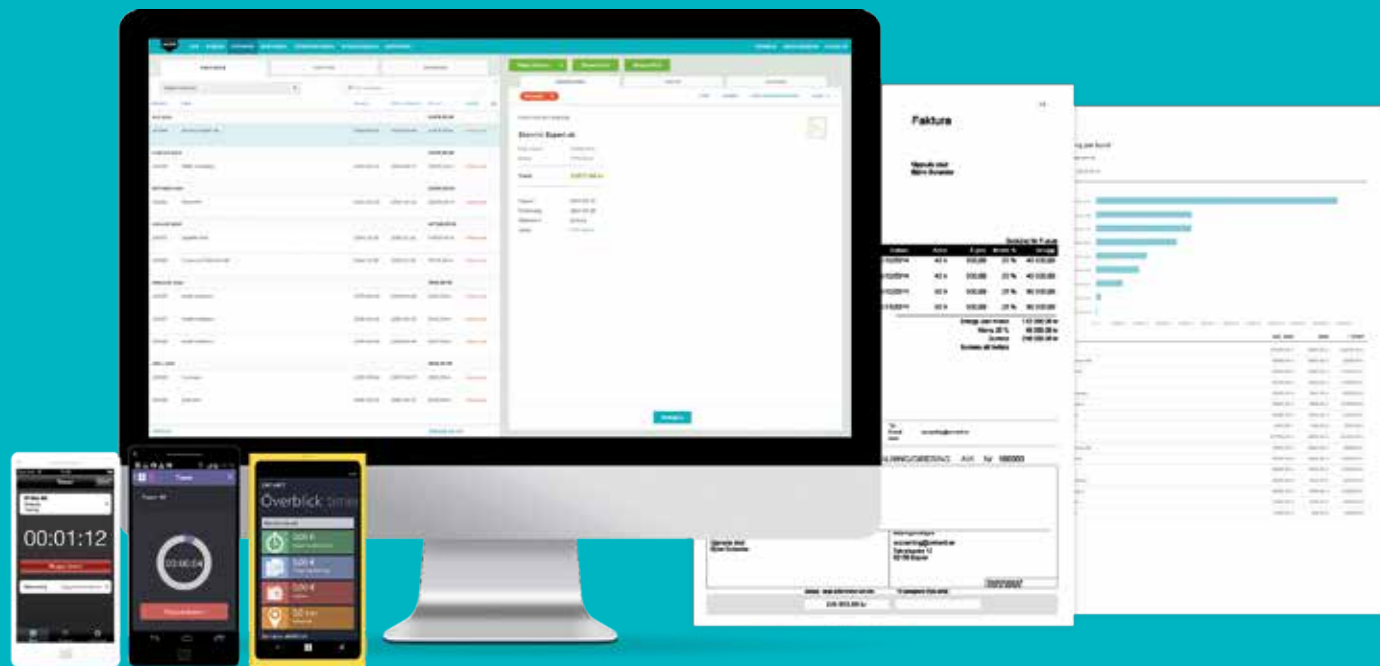
### Är kulturvärlden mottaglig för sponsring?

– Ja, verkligen. Utmaningen ligger i att möta företagen på samma planhalva och hitta samarbeten som båda parter åtrår lika mycket. Kulturvärlden

är fortfarande ganska outnyttjad när det gäller varumärkesbyggande relationer. Många välkomnar idéer från näringslivet som sträcker sig utöver det traditionella sponsringssamarbetet med logotyp på hemsidan och biljetter.

### Finns det några bra exempel på lyckad kultursponsring?

– Royal Albert Hall har haft ett samarbete med Samsung där de sistnämndas teknik används på ett nyskapande sätt i samband med själva uppsättningen. I Sverige har till exempel Telia sedan flera år ett prisbelönt samarbete med Stockholms Filmfestival, som bägge haft nytta av.



ÖVER 50.000 ANVÄNDARE

TEXT PER CORNELL

# Gå gerilla!

Det är en fin linje mellan himmel och helvete när det gäller gerillamarknadsföring. Lär dig hur du ska tänka och inte tänka.

**NÄR VANLIG REKLAM** och marknadsföring känns förväntad, dyr och ineffektiv kan gerillakampanjer vara lösningen.

I princip handlar det om att möta målgruppen på ett relevant men oväntat sätt, alltså att nå maximalt resultat med minimala resurser.

Fredrik Olsson, byråledare på gerillamarknadsföringsbyrån Miami i Göteborg tipsar om hur man lyckas.

## VAR TYDLIG

– Vanliga annonser kan vara ganska subtila eftersom man kan mata in budskapet gång på

gång. När det gäller gerilla har man kanske bara en chans, så var konkret och supertydlig.

## NÅ PRESSEN

– Medierna gillar ofta gerillakampanjer, så passa på att följa upp med pressmeddelanden. Kan du få redaktionell plats med din kampanj har du dessutom sparat väldigt mycket pengar.

## VAR ÄRLIG

– Ingen gillar att bli lurad. Se bara på kampanjen Black för Marabou med Tommy Nilsson. Jag tror att de flesta inblandade nästan ångrar den i dag.



MC DONALDS

**Under en festival i Zürich var biltrafiken avstängd och övergångsställena kunde användas till annat.**

## FÖLJ UPP

– En kampanj är inte värd någonting om det inte sker en form av uppföljning. Att bara skapa uppmärksamhet för en produkt eller en tjänst ett kort ögonblick ger inget i längden.

## SÖK TILLSTÅND

– Även om gerillakampanjen ska kännas snabb och här och nu, gäller det att den är väl planerad och genomförd. Lämnar du en massa skräp efter dig blir ingen glad. ■

Prova gratis på  
[loopia.se/sitebuilder](http://loopia.se/sitebuilder)



## TRE BRA EXEMPEL PÅ GERILLAMARKNADSFÖRING

### FOTNOT

1 I sin miljökampanj "Rolighetsteorin" försökte Volkswagen få människor att välja den vanliga trappan i stället för rulltrappan vid Odenplans t-banestation i Stockholm. Ja, trappan lät förstås och många hade väldigt roligt på vägen upp.

### THE RUNNING MAN

2 Axe body spray hade sin egen tolkning av vad figuren på nödutgångsskylten egentligen flyr ifrån. Självklart från kvinnor som inte kan motstå doften av deras sprej. Enkel och effektiv gerillamarknadsföring men möjligtvis oansvarig. Att göra viktiga nödutgångsskyltar till en del av sin marknadsföring är nog inte att rekommendera.

### HUNGERFELEN

3 Snickers letade över hela New York efter praktiska misstag i design och konstruktion. De hittade fler än de behövde, många så tokiga att det inte går att hålla sig för skratt. Vid varje miss, som räcken monterade åt fel håll till exempel, satte Snickers upp ett klistermärke: "You make mistakes when you're hungry."



# Skapa en hemsida helt utan förkunskaper.

En hemsida och e-postadresser med ditt företagsnamn i (t ex [eva@dittforetag.se](mailto:eva@dittforetag.se)) ger ett seriöst intryck mot dina kunder. Hos oss kan du helt utan förkunskaper skapa både **hemsida** och **fritt antal e-postadresser** med bara några klick.

Från **67 kr/månad**

Välkommen till ett riktigt webbhotell.

RING 021-12 82 22 KLICKA [www.loopia.se](http://www.loopia.se) MAILA [info@loopia.se](mailto:info@loopia.se)

**LOOPIA**  
Välkommen till ett riktigt webbhotell



# Vi kan kontorsmaterial!

Arox's Office Supplies AB, Svalegatan 41, 268 31 Svalöv  
0418-44 86 88 | info@aroxs.com

**Fraktfritt, snabb leverans och rätt pris är vårt motto!**



Från

**39:-**

**Verbatim Pinstripe USB-minne**  
Svart USB minne med slide-funktion, vilket skyddar USB-kontakten när den inte är ansluten. Kompatibel med Windows 8/7/ Vista/XP, Mac OS 9 eller senare, Linux 2.4.0 eller senare. Läs-/skrivhastighet 10/4 MB/sekund.

5452273	4GB	39:-	[Ord. pris 48:-]
5452260	8GB	47:-	[Ord. pris 92:-]
5452261	16GB	79:-	[Ord. pris 144:-]
5452262	32GB	143:-	[Ord. pris 228:-]
5452263	64GB	255:-	[Ord. pris 396:-]



**Konferensbord**  
**3.929:-**

**Elegant konferensbord med båtformad bordsskiva**  
i HPL högtryckslaminat och stativ i blankpolerat rostfritt stål. Bordsskiva 2000mm x 1000mm/800mm. Höjd är 750mm. Fot 500mm i diameter och väger 18,7kg. Tillverkat av FSC-godkänt trä. Kostnad för ev inbärning tillkommer. 2482434



**4-pack**  
**1.596:-**

**Konferensstol ISO**  
Konferensstol med tyg sitt och ryggstöd, krom ram. Färdigmonterad, stapelbar stol som ser bra ut och håller. Levereras i 4-pack. 2482488 [Ord. pris 1.695:-]



Från

**40:-**

**Kollegieblock Oxford**  
Omslag i mjuk kartong med bokmärke/linjal  
Sorterade färger. 90 blad/block.

2633983	A5 My Colors	34:-	[Ord. pris 64:-]
2633981	A4 My Colors	49:-	[Ord. pris 79:-]
2630823	A4 Returpapper Linjerat	46:-	[Ord. pris 97:-]
2630824	A4 Returpapper Rutat	46:-	[Ord. pris 97:-]



Från  
**224:-**

**Namnskylt Durable**  
2409830 Event komplett 105x148mm, 10/fp **224:-**  
2409905 Med klämma 90x54mm, 50/fp **189:-**

## Whiteboardpenna Artline 517/519

Whiteboardpenna som kan vara utan huv i 48 timmar utan att spetsen torkar. Vältäckande pigmentfärger som ger ett jämnt färgflöde. Nästan luktfria. Lätt att torka bort. Lämpliga även för blädderblock.  
Förpackningen delas ej.

2409420	Artline 517 Rund spets, 4-set	39:00	[Ord. pris 124:-]
2409421	Artline 517 Rund spets, Blå	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409422	Artline 517 Rund spets, Röd	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409423	Artline 517 Rund spets, Grön	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409424	Artline 517 Rund spets, Svart	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409430	Artline 519 Sned spets, 4-set	39:00	[Ord. pris 124:-]
2409431	Artline 519 Sned spets, Blå	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409432	Artline 519 Sned spets, Röd	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409433	Artline 519 Sned spets, Grön	12:90	[Ord. pris 31:50]
2409434	Artline 519 Sned spets, Svart	12:90	[Ord. pris 31:50]

Kan vara utan huv i 48 timmar utan att torka!

**12:90 /st**



Passa på!  
Blädderblocksställ  
till superpris!

**596:-**

**Blädderblocksställ Niceday**  
Blädderblocksställ med tre ställbara ben och stabil låsning. Skrivbar tavla. Tavelmått 65x92cm. Max höjd på ställ 180cm. Ställbara krokar för blädderblock. Pennhylla ingår. 2400113 [Ord. pris 1.256:-]

[www.aroxs.com](http://www.aroxs.com)

**Arox's**  
Office Supplies AB

# Smak för förpackningar

**När två förpackningsdesigner tänker som uppfinnare är allt möjligt.**

**SÄG FÖRPACKNINGAR** och många tänker papplåda. Säg miljövänliga förpackningar och många tänker brun papplåda. Svenska designduon Tomorrow Machine, som består av tidigare Beckmanstudenterna Anna Glansén och Hanna Billqvist, tänker inte riktigt så. De har blivit uppmärksammade av flera internationella medier för sina innovativa idéer kring miljövänlig förpackningsdesign.

– Vi samarbetar med forskningsföretag som tar fram nya material. De är inte alltid säkra på hur materialet kan användas. Vi upptäcker produkter utifrån egenskaperna. Ibland blir vi nästan mer uppfinnare än designer, säger Anna Glansén.

Som när de för tyska Infarm uppfann miniväxthus för inomhusbruk som kan skickas som brev. Vad ska användas att odla i istället för jord? Det fick bli ett algpulver som blir till gelé när man tillför vatten.

– Man ska inte behöva välja bort lekfull design för att man

skapar ett miljövänligt alternativ.

Vi vill både ha kakan och äta den.

**Apropå det kan man ju äta vissa av era förpackningar?**

– Ja, vi har ett sånt projekt där vi använder ett sockerämne. Vanligen säljer vi designtjänsten. Nu finns intresse av att köpa själva förpackningarna, så vi undersöker möjligheten att börja producera dem. ■



# Back to work!

Här är prylarna som säkrar ett skönt flyt på ditt kontor.

*Kan man shoppa smart till företaget och samtidigt spara pengar? Här har vi samlat 7 tips på prylar som gör din dag på kontoret lite roligare (samtidigt som plånboken fortfarande är glad).*

Köp dina vardagshjältar enkelt på ett och samma ställe!



## KAFFE FÖR FINSMAKARE!

Kaffe ska smaka gott, punkt slut. Med en högkvalitativ kaffemaskin smakar kaffet alltid gott. En god kopp kaffe är aldrig längre bort än ett knapptryck. Det bästa är de smarta kapslarna - du slipper sump och de smakar perfekt!



10%  
på allt!

## Passa på!

Erbjudandet gäller endast via,  
[www.inkclub.com/10procent](http://www.inkclub.com/10procent)

Gäller t.o.m 30 september 2015



## PAPPERSLÖSA KONTORET? SKOJAR DU!

Visst skriver man ut mindre i dessa dagar, men när man skriver ut vill man att det ska bli bra. Då är prisvärda patroner och kvalitetspapper ett måste.

Beställ på inkclub med **supersnabb leverans!**



## KOPPLA IN - KOPPLA AV!

Med rätt kablar och sladdar blir det lättare att driva firmen. Stick ut med rosa headset eller koppla in datorn utan trassel. Här finns sladdar för hela företagets behov:

[www.inkclub.com](http://www.inkclub.com)

Tips!



## SKYDDA DIN BÄSTA VÄN

Smart fodral med plats för kreditkort. Allt ditt företag behöver på ett och samma ställe.

Hitta fler mobilprylar på [www.inkclub.com](http://www.inkclub.com)

# Det svenska mötet – en hatkärlekshistoria

Inga andra har lika många möten som svenskarna. Från måndagsmötet till fredagsfikat är våra arbetsveckor proppfulla av dem. Men hur effektiva är de, egentligen?

**HAR DU NÅGONSIN** deltagit i ett möte och tänkt: "Vad gör jag ens här?". Enligt en kartläggning, gjord av organisationen 3S, tillbringas vi omkring 30 procent av vår arbetstid åt interna möten. I samma studie fann de att fler än fyra av tio tycker att de flesta möten som de deltar i saknar mening. Och i princip alla var rörande överens om att de hade för många möten.

Men enligt mötesexperten Jacob Marinko från 3S är det grundläggande problemet inte att vi har för många möten. Utan att vi har för få bra möten.

– I dag behöver vi se möten som en av flera möjliga aktiviteter för att nå våra mål. Känslan av att man har för många möten beror framför allt på att vi saknar strukturer för varför och hur de ska användas.

En klassisk fälla är att vi blandar ihop syftet och målet. Syftet är varför mötet äger rum, medan målet är resultaten som ska uppnås. Om mötet har vare sig det ena eller det andra kanske det inte heller behöver äga rum.

När vi har hittat ett syfte till vårt möte bör vi ifrågasätta gästlistorna. Vem deltar? Är vi för många? Kom ihåg att även mötestid är arbetstid – och pengar.



**Jacob Marinko.**

När Applegrundaren Steve Jobs blev inbjuden till ett möte med president Barack Obama och flera teknikguruer tackade han nej. Gästlistan var för lång. För många hjärnor ställer sig i vägen för enkelheten, menade Jobs.

– Vi tillbringas i genomsnitt fem arbetsveckor om året i möten som vi själva inte upplever som effektivt

använd tid, säger Jacob Marinko.

En naturlig följd av att vi upplever att vi har för många möten är att vi inte hinner förbereda dem. Enligt 3S undersökning uppger 52 procent av de tillfrågade att deras möten inte är tillräckligt väl förberedda.

## FLERA NYA MÖTESTEKNIKER

fokuserar på att minska på tiden vi ägnar åt sammanträden. Speedmötet lånar tekniker från speeddaten, powermötet ska vara avslutat på 15 minuter och ett stående möte i korridoren utanför konferensrummet blir automatiskt kortare än ett sittande möte inne i konferensrummet. Att det finns så många mötestrender är ett tecken på att vi letar efter en hållbar struktur. Men samtidigt som vi uppfinner nya sätt att korta våra möten måste vi fråga oss varför vi över huvud taget har dem. ■

## 6 tips för det perfekta mötet

enligt effektivitetskonsulten Michael Alphov

### Fastställ syftet

**1** Utan ett verkligt syfte, inget möte. Ett syfte handlar om varför mötet ska finnas, prioriteras och genomföras. Ifrågasätt alla existerande och kommande möten. Finns det ett syfte? Är ett möte det bästa sättet att lösa uppgiften på?

### Kalla rätt personer

**2** Kalla de personer som är bäst lämpade att lösa uppgiften. Alla behöver inte vara med på alla möten och bara för att de var med förra gången. Det sitter alldeles för många personer som är inaktiva på möten i dag, så var mycket tuffare i din selektion av deltagare. När/om du blir kallad till ett möte gäller samma sak, fråga dig själv varför du ska tacka ja.

### Skicka underlag i tid

**3** Ge alla deltagare chansen att komma väl förberedda till alla möten. Skicka ut kallelse och underlag så fort som möjligt och gör det med fördel via er interna kalender som finns i ert mejlprogram.

### Håll alla tider

**4** Går tåget klockan 08.00 så är man på plats innan 08.00 för att få åka med. Man kommer inte 08.07 för att det passar en själv bättre. Exakt samma respekt för tider ska gälla vid möten. En annan viktig faktor gällande tid är det enorma slöseri i pengar försenade möten innebär.

### Fatta beslut

**5** Alla beslut som fattas under ett möte ska innehålla VEM, VAD och NÅR för att det ska bli konkret och tydligt i beslutsfattandet. Sammanfatta gärna vilket beslut som fattas innan ni går vidare till nästa punkt. Det jag säger är att det inte ska finnas några tvivel och lösa trådar gällande fattade beslut.



# Våra bolag världen över använder **MONITOR** affärssystem

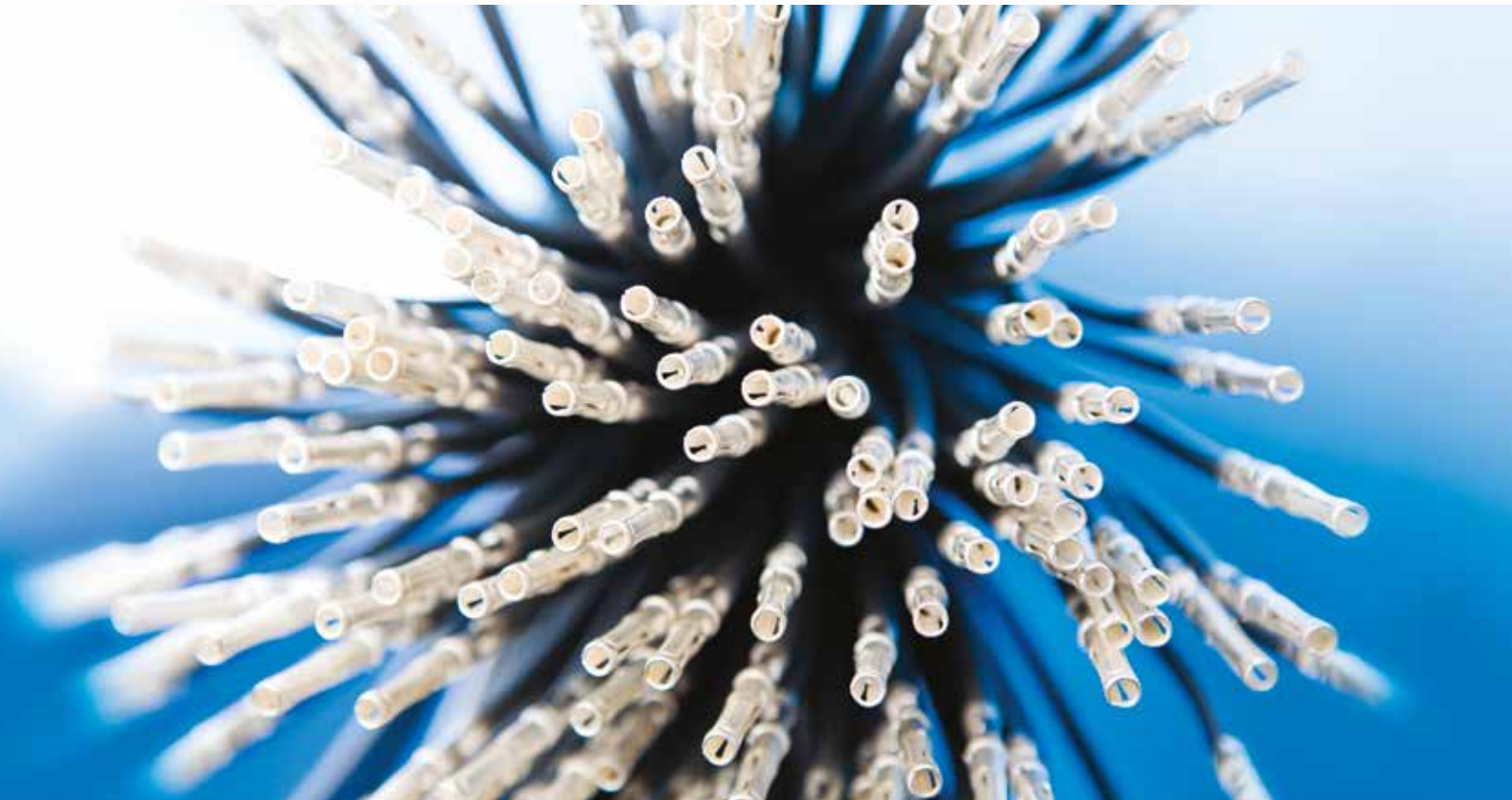


Flera av de bolag vi har köpt upp och inlemmat i koncernen hade olika affärssystem. Vi ville köra samma affärssystem i alla bolag. MONITOR var det bästa alternativet för vår verksamhet som global tillverkare av komponenter och system till krävande industrikunder. Våra bolag världen över använder nu MONITOR och uppskattar systemet. Det är enkelt att flytta tillverkningen av någon produkt då de är upplagda på ungefär samma sätt i de olika bolagen och det gäller även olika artiklar.

Systemet är komplett och har varit enkelt att implementera både i Sverige och utomlands eftersom det är standardiserat, lätt att komma igång med och att man på ett enkelt sätt kan lära sig flödet i systemet. Att byta språk inne i systemet är smidigt och det underlättar för vår personal. MONITOR är med och påverkar till ett positivt resultat och är lyhörda för de åsikter vi kommer med. Det gör att vi har arbetat fram en nära och bra relation.

**Sture Berglund**

*Koncerninköpschef, AQ Group AB*



Monitor ERP System AB tillhandahåller affärssystemet MONITOR som är ett komplett system optimerat för små och medelstora tillverkande företag. MONITOR har utvecklats i nära samarbete med våra kunder, därför är det både användarvänligt och kostnadseffektivt.

**monitor**  
ERP SYSTEM

Affärssystem för tillverkande företag

☎ 0650 - 766 00

✉ [info@monitor.se](mailto:info@monitor.se)

🌐 [www.monitor.se](http://www.monitor.se)

# Släpp kontrollen!

Gör du allting själv? Här är fem goda råd när gränsen för enmansföretaget är nått.

## 1. GÖR DET DU ÄR BÄST PÅ

Självklart ska du göra det du är bäst på. Trots att det känns som att bara du "vet hur alla delar av företaget bäst sköts". Om du till exempel är skickligast på att designa och sälja in dina produkter, så gör det. Låt andra sköta bokföring och det logistiska. Det går såklart inte om pengar saknas.

## 2. SAMARBETA EXTERNT

Ingå i ett nätverk eller i en inkubator med många olika sorters företag och startups. Då kan ni

till exempel ge varandra rabatter, dela tjänster och använda varandra som referenskunder – pengar är ofta en brist i början. Där kan det finnas kunniga på exempelvis ekonomi och marknadsföring.

## 3. VÄLJ MÅLGRUPP

En förutsättning för framgång är att definiera sin målgrupp tydligt. Det gäller särskilt den som startar ett företag själv. Då går det att skapa produkter som inte finns på samma sätt på andra håll för den målgruppen. Det går

**”Det är otäckt när bebisen går på disko, men vem vill ha en 18-årig bebis hemma.”**

också att bygga en känsla som är unik.

## 4. DESIGN + EKONOMI

När ekonomer och designer samarbetar ökar chansen att lyckas, eftersom var och en är särskilt bra på sin egen specialitet. För att lyckas måste man förstå marknaden och kunna sälja till den.

## 5. FUNDERA PÅ ATT SÄLJA

Om du vill växa måste du våga släppa på totalkontrollen. Det krävs för att kunna anlita eller anställa personer som är smartare på viktiga områden än du är. Ofta förutsätter det att en del av företaget säljs av för att få in de pengarna. Men det går alltid att behålla majoritetsägandet. ■

*Källa: Karl Wennberg docent i entreprenörskap vid Handelshögskolan i Stockholm.*



**KARL WENNBERG**, docent i entreprenörskap vid Handelshögskolan i Stockholm och lärare på Stockholm School of Entrepreneurship, där Handelshögskolans ekonomer samarbetar med KTH:s teknologer och Konstfacks designer för att starta företag.

## Enmansarmén

Diana Orving driver helt själv sitt eget modemärke med två kollektioner per år: – Jag måste släppa på kontrollen och ta hjälp om jag vill ta företaget till nästa nivå.

**DIANA ORVING DESIGNAR** kläder som uttrycker rörelse och frihet, bokför, sköter bankkontakterna, ansvarar för alla relationer med fabriken, tar samtliga strategiska beslut själv, och så vidare. Den enda som hjälper henne är distributören som ansvarar för återförsäljarna.

– Det är skönt att få lite avlastning i varje fall, säger hon.

Det som får henne att orka är drivkraften att göra det hon älskar.

– Jag tänker också på att det inte bara är designen som är kreativ, utan också allt det andra. Den

inställningen hjälper mig mycket.

Studion är ett gårdshus i centrala Stockholm, insidan är helt i trä och ser ut som ett rum på ett hotell i de österrikiska Alperna. Men i hennes finns en röd sammetsdivan bland alla prototyper som hänger från taket.

**HON FÖRSTOD ATT** det var för mycket för en tid sedan och beslöt sig för att koncentrera sig på två marknader, Sverige och Japan, och att bara jobba med återförsäljare som höll en tillräckligt hög nivå. Alldeles för mycket tid gick åt till att lösa problem.

– Jag har lärt mig det här på det svåra sättet, genom misstag. Det tog till exempel flera år att hitta en riktigt bra och nära fabrik i Estland som håller hög kvalitet och arbetar hållbart.

Hon har också insett att verksamheten måste bli mer kommersiell om det ska fungera på sikt och hon ska orka.

– Några gånger varje år jobbar jag dygnet runt, därför att jag måste. Och när jobbet krockar med personliga saker blir det nästan omöjligt.

Det är inte bara pengar som hittills hindrat henne från att ta hjälp av andra, utan också behovet av kontroll.

**Kan du tänka dig att sälja av en del av ditt företag för att få in pengar och viktig kompetens som krävs för att ta företaget till nästa nivå?**

– Ja, om vi kan utveckla det här tillsammans och det finns kunskap att skapa en bärkraftig vision ihop. ■



**Kläderna uttrycker rörelse och frihet.**

# Johan flyter fram

Han är lastbilsföraren som blev företagare, Youtubekändis och e-handlare.

**JOHAN RUHE** ÄR den perfekta kombinationen av fenomen, entreprenör och expert. Hans område är sportfiske och allt började med några filmer på Youtube. I dag har Kanalgratis närmare 40 000 prenumeranter och en halv miljon videovisningar i veckan. Det är världens sjunde största sportfiskekanal på Youtube.

Innehållet består främst av filmer när Johan och hans

kompisar fiskar i svenska vatten med olika metoder. Kanalen är sprängfylld med innehåll, men för att fortsätta utveckla den krävdes ett intäktsben till. Johan byggde därför en webbshop för ett halvår sedan, som säljer fiskedrag.

– Jag sa till webbyrån att de skulle ta ordentligt betalt för att göra den bästa

sajten i branschen. Enligt kontraktet får de betala vite om den inte håller måttet.

Så e-butiken fungerar perfekt. Nästa nöt att knäcka var logistiken. Kunderna finns i hela världen.

– Jag tog hjälp med all logistik eftersom jag direkt insåg att vi inte kunde hålla på med plock och orderpackande. ■



**Nya Visma eEkonomi**  
**Från 89 kr i månaden**  
**Prova gratis!**

**Du kan. Fakturera.**  
**Du kan. Bokföra.**  
**Du kan. Göra allt i appen.**

Nya Visma eEkonomi är fakturerings- och bokföringsprogrammet som effektiviserar din vardag som företagare. Du kan arbeta i datorn, surfplattan och smartphonen. Du behöver aldrig tänka på backuper. Och i takt med att ditt företag växer kan du utöka med fler funktioner. **Ring 0470-70 61 00 eller prova gratis på [vismaspcs.se](https://vismaspcs.se)**

**Vi tar ditt företagande personligt**

 **VISMA®**

# PACKKOPLOCK

Sveriges mest välsorterade leverantör av bärkassar

**Låga priser och stort sortiment!**

**Alla bärkassar levereras nästa dag!**

från  
**1,09:-/st**

Pappersbärkasse, Rainbow

Pappersbärkasse, Happy

från  
**1,39:-/st**

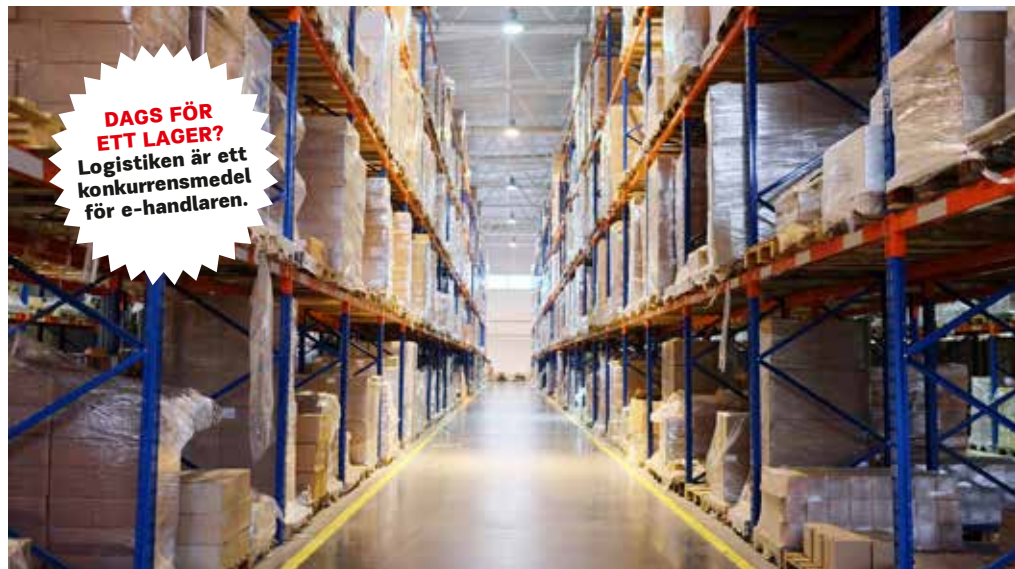
Hängselbärkasse

från  
**0,19:-/st**

Pappersbärkasse, tvistade handtag

från  
**1,95:-/st**

**Fraktfritt på order över 2000:-**  
**www.packoplock.se 020-505850**



## Störda var elfte minut

En ny forskningsrapport som kontorsmöbelföretaget Steelcase har tagit fram visar att ett effektivitetsproblem på arbetsplatsen handlar om att de anställda har svårt att hålla koncentrationen.

– I ett öppet kontorslandskap blir vi, i snitt, störda var elfte minut. Hjärnan behöver sedan 23 minuter för att återfå full koncentration. Vi är alltså mycket sällan fullt koncentrerade på jobbet och presterar mycket sämre än vi skulle kunna, säger Zoë Humphries, expert på design och trender inom arbetsmiljö, skriver tidningen Chef.



”Jobbar du med det du verkligen gillar känns det som att du leker”

**Spidermans pappa Stan Lee till entrepreneur.com om vad som ligger bakom hans framgångar.**

# Lager för dummies

Sköta själv eller ta hjälp? Fylla garaget eller hyra in sig? Det finns många fallgropar för e-handlaren när det gäller lager och logistik.

**SOM NYSTARTAD** eller lite mindre e-handlare behöver man fatta beslut kring hur varorna som säljs ska lagras och distribueras. Startar företaget i mindre skala är det kanske självklart att börja i källaren, eller i den befintliga butikens lager. Men om man växer eller börjar på en medelhög nivå, ska man lägga ut hanteringen på en tredjepartslogistik som sköter lager och distribution?

– Storlek på verksamheten och på typen av produkter påverkar. Är antalet order relativt få krävs inga avancerade system och begränsad tid går åt till hanteringen, då är det lättare att sköta det själv. Säljer man badkar kanske

man behöver hjälp, säger Anders Wendelius, affärsutvecklingschef på PostNord Sverige TPL.

### Vad ska man tänka på om man gör det själv?

– Att ändå sköta logistiken proffsigt. Tänk igenom processerna, avsätt tid och resurser och ge frågan den uppmärksamhet den förtjänar. Logistik är ett konkurrensmedel för en e-handlare. En fördel med att börja själv är att man får en förståelse för komplexiteten som gör att man blir bättre på att handla upp rätt tjänst om man väljer det i ett senare skede.

### Hur gör man när verksamheten kräver en riktig lagerlösning?

– Då bygger man upp ett eget lager med anställd personal och bra it-system, eller outsourcar. Det finns fyra viktiga frågeställningar man bör fundera över. Vet man hur stora behoven är går det lättare att beräkna storlek på ett eget lager, utrustning samt bemanning. För det andra, hur förhåller man sig till fördelningen mellan fasta och rörliga kostnader? Ett eget lager ger större del fasta kostnader, en TPL-lösning större del rörliga. För det tredje, hur vill man disponera det kapital som finns att investera. De flesta företag har begränsade möjligheter och då måste man ranka var logistiken kommer på prioriteringslistan. För det fjärde, hur många kringtjänster eller speciallösningar krävs? Ska det förvaras farligt gods eller köpas in avancerad fotoutrustning kan kostnaderna för eget lager bli höga. ■

## Skate Pro vann danskt e-handelspris

Framgångsrika e-handelsföretaget Skate Pro kammade hem guld vid en stor gala i Köpenhamn före sommaren. Juryn fastnade för passionen för produkterna, företagets kundfokus och förståelsen för gränslös handel. E-handelspriset delas ut av Föreningen för dansk internethandel och sponsras av PostNORD Danmark.



## TRE FALLGROPAR OM DU GÖR DET SJÄLV

- 1.** Att bygga in sig i en inflexibel lösning. Lokalen man skaffar kanske är fel inredd eller för stor. Personalen som anställs, har de rätt kompetens?
- 2.** Logistik tar för mycket tid från själva verksamheten. Företagaren blir logistik i stället för att driva sitt företag framåt.
- 3.** Svårt att anpassa sig till variationen mellan veckodagar och säsonger. Det är inte ovanligt att 30 procent av alla ordrar går iväg på måndagar. Det kostar mer att packa på söndagar. Beroende på bransch finns det perioder med låg respektive hög belastning.

Förenkla ditt  
företagande

## Snabba och smidiga tjänster för företagare

Hos Bolagsverket finns det en rad användbara e-tjänster för dig som driver ett företag eller funderar på att starta ett. Det är dessutom billigare att starta företag via Bolagsverkets e-tjänst på [verksamt.se](https://www.verksamt.se).

– Mitt råd är alltid att använda [verksamt.se](https://www.verksamt.se). De flesta blir förvånade över hur snabbt, enkelt och smidigt det är att registrera sitt företag med e-tjänsten.

Margareta Fäldt Hellman  
Redovisningskonsult och mentor för nya  
företagare, Trelleborg

[www.bolagsverket.se](https://www.bolagsverket.se)

# Friskt vårdat

Hälsa och träning är en ständigt ökande trend och gärna i samband med jobbet. Här är redskap som får dig att svettas på arbetstid.



**Boxningshandskar,**  
399 kr, Casall.

**Massageboll,** 70 kr, från NK Sport & Fritid.



**Löparskor,**  
1 500 kr,  
från Adidas.



**Atlasgrepp,** 120 kr,  
från HE Fitness.

**Foamrolld,** 300 kr, från Casall.

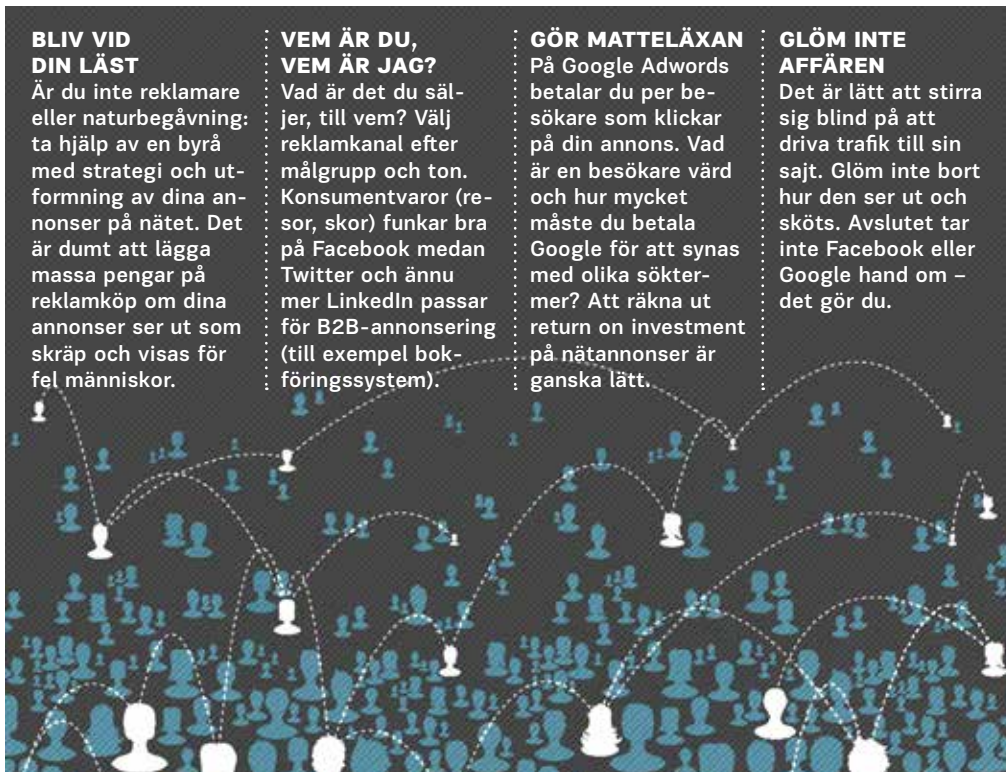


**Pilatesboll,**  
300 kr, från  
NK Sport & Fritid.

**Hopprep,** 90 kr, från HE Fitness.



**Kettlebell,**  
179 kr, från  
Clas Ohlson.



**BLIV VID DIN LÄST**

Är du inte reklamare eller naturbegåvning: ta hjälp av en byrå med strategi och utformning av dina annonser på nätet. Det är dumt att lägga massa pengar på reklamköp om dina annonser ser ut som skräp och visas för fel människor.

**DEM ÄR DU, DEM ÄR JAG?**

Vad är det du säljer, till vem? Välj reklamkanal efter målgrupp och ton. Konsumentvaror (resor, skor) funkar bra på Facebook medan Twitter och ännu mer LinkedIn passar för B2B-annonsering (till exempel bokföringssystem).

**GÖR MATTELÄXAN**

På Google Adwords betalar du per besökare som klickar på din annons. Vad är en besökare värd och hur mycket måste du betala Google för att synas med olika söktermer? Att räkna ut return on investment på nätannonser är ganska lätt.

**GLÖM INTE AFFÄREN**

Det är lätt att stirra sig blind på att driva trafik till sin sajt. Glöm inte bort hur den ser ut och sköts. Avslutet tar inte Facebook eller Google hand om – det gör du.

# Träffa rätt i sociala medier

Nå rätt människa på rätt plats vid rätt tidpunkt. Annonsering via Google och sociala medier ger annonsören stora möjligheter att träffa mitt i prick.

**ANNONSÖRER VILL SYNAS** där människor gillar att vara. På mäktiga Facebook finns 1,3 miljarder människor, på Twitter över 300 miljoner och LinkedIn 365 miljoner. Att företags annonsering i de stora sociala medierna ökar är inte konstigt.

I sociala medier kan du nå en väldigt specifik målgrupp, exempelvis 18-åriga tjejer i Göteborg som är intresserade av teater, säger Simon Östemar på webbyrån Smelink i Växjö.

Han har lärt sig annonsering i sociala medier främst som annonsköpare. Facebook, som

är den största annonskanalen bland sociala medier, har nyligen gjort det svårare för företag att nå ut "organiskt".

I princip måste företag nu betala för att nå ut med sina budskap. Förr nådde du omkring 50 procent av dina följare med gratisinlägg som företagsanvändare, i dag når du kanske 5 procent om du inte betalar.

Twitter började nyligen med "sponsrade inlägg" (annonser) i Sverige. Skillnaden, menar Simon Östemar, är att Facebook är mer personligt, Twitter är mer seriöst och business.

Att annonsera i sociala medier är att lära sig koder och förstå hur människor vill bli tilltalade. Människor är inte på Facebook primärt för att bli kontaktade av krångliga företag utan för att kolla på gulliga bilder på sina kompisars franska bulldoggar.

– Du måste ha bra idéer och få fram attraktiva, kanalansade annonser precis som vid traditionell annonsering, säger Simon Östemar.

**ETT ANNAT EFFEKTIVT** sätt att hitta kunder är att köpa Google Adwords – betala Google för att ditt företag ska synas bland de annonsmärkta träffarna när människor gör vissa sökningar.

– Det tilltalande med Adwords är att du får visa din annons för människor som själva sökt efter det du säljer, säger Simon Östemar. ■



## Fem twittrare alla e-handlare måste ha koll på

**1. @ehandelstv**

Drivs av Changemaker Educations som bland annat håller utbildningar i e-handel. Här puffas det för utländska och svenska e-handelsnyheter.

**2. @ehandelstips**

Drivs av Mikael Bredberg som jobbar med försäljning, marknadsföring och rådgivning på internetbyrån Textalk i Mölndal. Han tipsar främst om utländska e-handelsknep.

**3. @arnepaposten**

E-handelsspecialist på Postnord. Driver också bloggen e-handelsbloggen. Skriver om allt som rör e-handel i stort och smått.

**4. @EhandelPunktSe**

Nyhetsplatsen för alla e-handlare, fast på Twitter. Nyheter om branschen, dygnet runt, året om. Julius Gunnelstam (@julgun), är chefredaktören som driver sajten och Twitterkontot.

**5. @handelstrender**

Handelstrender är en oberoende digital publikation om framtidens detaljhandel. De twittrar främst ut sina egna nyheter.



## 20 000 000

indiska små- och mellanstora företag ska gå online före 2017 genom att Google Indien sponsrar dem med en egen app. Appen "Google my business" ger företagen möjlighet att hantera sin information både på engelska och på hindi.



**69:-**  
/mån/program



Internetbaserat



Serverlagring



Uppdateringar



Säkerhetskopiering



Support

# BL Ekonomi – onlineprogram för din bokföring och fakturering

Med BL Ekonomi får du en kostnadseffektiv och bekväm programlösning för din bokföring och fakturering. Du har alltid uppdaterade programversioner, programsupport, säker lagring och automatisk säkerhetskopiering. Du kommer åt din bokföring och fakturering överallt, bara du är uppkopplad.

Du kan beställa antingen bokföring eller fakturering, eller båda programdelarna. Du betalar endast 69 kr per månad och program. Kör du båda programmen kan dina fakturor automatiskt registreras i bokföringen, vilket spar mycket tid.

Programmet fungerar lika bra i Windows, Mac OS och Linux.

För mer information eller beställning av onlineprogram kontakta någon av våra säljare på **0650-54 14 00** eller [salj@blinfo.se](mailto:salj@blinfo.se).

*Ladda ner och prova gratis en månad*



[www.blinfo.se](http://www.blinfo.se)

Scanna koden med din smartphone så kan du läsa mer om hur du kommer igång med BL Ekonomi.



**BJÖRN LUNDÉN**  
*information*

Box 84, 820 64 Näsvisen | Tel: 0650-54 14 00 | [salj@blinfo.se](mailto:salj@blinfo.se) | [www.blinfo.se](http://www.blinfo.se) | [facebook.com/blinfo](https://facebook.com/blinfo)

BL Ekonomi är utvecklat av Björn Lundén Information AB, som i över 25 år genom bl a handböcker och program försett företag och deras rådgivare med information inom skatt, redovisning, personal och juridik.



**David Frenkiel och Luise Vindahl,  
paret bakom succén Green Kitchen  
Stories.**



# GRÖN SUCCÉ

De skapade något som ingen visste att de ville ha

(men som många nu inte kan få nog av)

David och Luise möttes i Rom en sommardag. Åtta år senare har stockholmsparet två barn, en världsberömd blogg, fyra kokböcker och två appar.

TEXT TIMOTHY TORE HEBB FOTO MAGNUS LIAM KARLSSON

**D**en vegetariska bloggen Green Kitchen Stories är en orgie av snygga foton av grönsaker, soppor och fullkorn. Det är oerhört professionellt utan någon känsla av reklam eller filtrerat på annat sätt – David Frenkiel och Luise Vindahl kallar det ärligt.

De personliga texterna om allt möjligt i deras liv fungerar som en blogg i sig själv, men i deras fall leder dessa berättelser ofta fram till ett nytt vegetariskt recept.

– Vi ville göra en originell, vegetarisk receptblogg, utan att vi hade en tydlig plan för det. Bilderna och sättet att skriva har bara växt fram. Det har tagit tid att lära sig hur man till exempel fotograferar med rätt ljus för att bilderna ska se ut så här, säger David, som beskriver sig själv som ”närmast perfektionist”.

Luise håller med, ”han är sjukt petig med detaljer”.

– Även om jag kan irritera mig på det så är det nog en av de viktigaste anledningarna till att det blir bra, säger hon.

Och David uppskattar att hon kan säga nej och dra tydliga gränser mellan deras familj och arbete. Just det är ett måste, annars hamnar man lätt i situationer där man säger ja till en massa saker som inte känns rätta och roliga, fortsätter hon.

– Vi har lärt känna varandra otroligt bra, med styrkor och svagheter, och kan vara obarmhärtigt ärliga mot varandra. Det kan vara lite knepigare att hantera till vardags men det gör att Green Kitchen Stories får den kvalitet vi vill ha.

**DET LÅTER SOM** att företaget uppstår i gränslandet mellan deras olika begränsningar, förmågor och viljor. Luise nämner att det tog ganska lång tid innan de två hittade sina olika roller, men när de väl gjorde >>>



David Frenkiels viktigaste skäl till att passionen blev ett framgångsrikt företag:

**”VI HAR ALLTID SATT RIBBAN EXTREMT HÖGT, ALLTID FÖRSÖKT HÅLLA SAMMA NIVÅ SOM DE BÄSTA I KOKBOKS- OCH MATBRANSCHEN.”**

>>> det blev det riktigt roligt att driva företag ihop.

David betonar att de aldrig konkurrerar – trots att han har 158 000 följare på Instagram och hon ”bara” har 92 000. Han skrattar åt den dumma frågan om den skillnaden kan orsaka avundsjuka.

– Det började mest som en kul grej 2009, då vi var rätt opersonliga i vår ton. Vi började skriva ut våra namn först när första barnet föddes 2010. Då fick vi allt fler kommentarer till våra berättelser och recepten, och vissa började tagga oss och publicerade egna foton av hur det såg ut när de lagade våra recept, säger David.

**DE HAR SKAPAT** något som få tidigare visste att de ville ha, men många nu inte kan få nog av. Så mycket att deras ena mobilapp sålt bäst i fler än 85 länder i Apple Stores kategori ”mat och dryck”. Lite som när Minecraft toppade Apple Stores försäljning över mest sålda spel 2013. Och när de nyligen åkte till Australien var det ovant, eftersom människor stoppade dem på gatan och ville

**GREEN KITCHEN STORIES**  
 Bloggen har mellan 200 000 och 300 000 unika läsare i månaden.  
**Sålt fler än 150 000 appar.**  
 Apple Store använder Green Kitchen i sina egna reklamfilmer.  
**Flera år i rad utnämns till en av Apple Stores bästa appar.**  
 Vunnit Saveur Best Food Blog Awards två gånger – en av bloggverldens finaste utmärkelser.  
**Böckerna finns på 11 språk.**

ta en selfie med dem. Där är intresset för mat som heminredning är i Sverige. David skrattar igen, parets förhållande till det som händer verkar vara två mått allvar och lika många mått klacksparck, där det senare får det hela att fortsätta kännas roligt och viktigt.

Men även om det skedde oplanerat, ”vi

hade ingen tanke på detta”, så låter det på David Frenkiel som att där fanns en viljan att göra något bra och originellt. En vilja att hjälpa människor att må bättre. Luise Vindahl håller med och betonar att tjäna pengar ”har liksom aldrig varit deras första prioritering”.

– För oss är det viktigast att jobba med något som vi tror på, säger hon.

**SÅ EN DAG 2011** hände det som alla med en blogg av det här slaget drömmer om: ett engelskt bokförlag, som bland annat ger ut kokböcker av hög kvalitet, hörde av sig och ville att de gjorde ”sin grej” och skrev en vegetarisk kokbok.

– Förlaget tyckte att vi hade utvecklat en så personlig och uppskattad blogg att den var mogen att bli en kokbok. ”The Green Kitchen” kom ut 2013 och har även översatts till svenska, och den har getts ut i tio länder till, fortsätter David.

Stå i en kö till kassan i en mataffär och det är tydligt att deras synsätt ligger i tiden, >>>

**Just  
nu!**

# 500.- rabatt

På alla Fröbergs RFID/Fingerprint klockor!

Ange kod: 1507A. Erbjudandet går inte att kombinera med andra erbjudanden.



Modern tidregistrering i en snygg terminal. Stämpla med RFID eller fingeravtryck. Bearbeta och skriv ut stämplingarna från din dator.

- Närvaro syns i realtid.
- Programmerbara scheman och arbetskoder.
- Summerar arbetad tid/anställd.
- Automatiska rastavdrag.
- Hanterar upp till 3000 anställda.
- Uppfyller kraven för personalliggare.

Från  
**5490.-**

Ange kod: 1507A  
Ordpris: 5990.-



RFID-brickor

**Kontakta oss för en kostnadsfri demonstration!**

# Fröbergs

**Finns även  
med WiFi!**

**AB John Fröberg • Box 909 • 612 25 Finspång**  
Tel. 0122-861 04 • info@frobergs.se • www.frobergs.se

OM JAG ÄR PÅ KONTORET?  
HAHA, NEJDÅ, JAG SKÖTER  
HELA FÖRETAGET VIA NÄTET!



## Förlängd ledighet?

Då behöver du ett webbaserat affärs- och kassasystem som ger dig frihet och samtidigt sparar både tid och pengar.

Önskar du omnikanallösningar för lager, webbshop och kassa?

 Ring oss!

0304 - 64 94 00 | sales@specter.se | www.specter.se

 **specter**  
Framtidens affärssystem är här



>>> för David inser att de var tidigt ute med något som nu växt, att deras känsla för att göra något de brann för blivit en trend: att man inte ska ta vegetarisk mat så allvarligt.

**TECKEN I TIDEN:** bägge kokböckerna säljs i alla hipsters favorit till livsstilsbutik mitt i Södermalms Sofo. Även hipsters har börjat tröttna på att ta sina hobbyer på ett sådant kvävande allvar. Men från läsarnas sida är det ändå på fullt allvar, de vill att det ska vara mer och mer personligt och äkta. Det är därför David och Luise sitter på kvällarna i soffan och skriver personliga dedikationer i sina kokböcker, som beställs från hela världen, och skriver personligt i bloggen och kommenterar läsarnas kommentarer så mycket de orkar.

Läsarnas respons blir starkare ju personligare de är, så de diskuterar ofta var gränsen måste gå. Men de tv-bolag som vill följa familjen till vardags, med barn och blogg och alla andra pusselbitar, har fått ett tydligt nej.

– Det är omöjligt för oss att ha med våra barn i något sådant, säger David. ■



David Frenkiel, 33, har studerat på Berghs och frilansar även som AD. Luise Vindahl, 30, har nyligen utbildat sig till Diplomerad Närings terapeut. De bor i Stockholm med Elsa, 5 och Isak, 1.

## TRE TIPS

Luise och Davids råd till dig som vill bygga e-företag på en intresseblogg.

### 1. VAR PERSONLIG OCH NOGGRANN

Vi provlagar varje recept flera gånger och lägger ner plågsamt med tid på att skriva personliga texter av värde som berör. Och ju mer personliga vi blir desto större blir intresset.

### 2. TÄNK STORT

Vi insåg att det inte gick att ha en blogg som var så här smal på svenska – för att nå tillräckligt många läsare måste vi skriva på engelska. Det har tagit tid att hitta vårt eget språk, eftersom vi inte har engelska som modersmål.

### 3. STUDERA ANDRA

Studera företag som lyckas, men imitera dem inte. Gör alltid er egen grej och gör det så bra ni bara kan. Släng och börja om när det inte håller måttet. Det här gäller särskilt i början när ni håller på att hitta er stil.

LAGERSALDO, RESTORDER OCH INVENTERING... HUR KAN SAKER SOM LÅTER SÅ KOMPLICERADE LÖSAS SÅ HÄR ENKELT?



## Hur vill du jobba?

Med vårt webbaserade affärssystem kan ni samarbeta effektivt, minska dubbelarbetet och enkelt få överblick. Vi tar hand om drift, backup och säkerhet, så att du inte behöver tänka på tekniken bakom.

Ring oss!

0304 - 64 94 00 | sales@specter.se | www.specter.se

 **specter**  
Framtidens affärssystem är här



KONVERTERING I OMNIKANAL

# SÅ NÅR DU ÅNDA FRAM TILL KUNDEN

I dag kan dina kunder kan handla när, hur och var som helst.  
Så finns du på rätt plats med rätt erbjudande när de tar sitt köpbeslut.

TEXT STEFAN SJÖDIN ILLUSTRATION GUSTAV DEJERT



**"50 TIPS SOM** (nästan) alltid konverterar dina kunder!" "Split-tester som booster konvertering!"

"Från fönstertittare till storshoppare – så konverterar du."

Nätet vimlar av slagkraftiga sammanställningar om hur du skapar köpmonster av dina slösurfande potentiella kunder. Inte sällan handlar det om typsnitt, färger, signaturer och anfigurer med närmast magiska egenskaper. Men det företag som tänker omnikanal har en mer komplex verklighet att ta hänsyn till.

– Omnikanalkonceptet handlar om att skapa sömlösa köppplevelser över alla kanaler. Att finnas där kunderna finns ställer allt högre krav på närvaro i fysiska butiker, kataloger, sms, e-post, mobila appar, läsplattor, sociala nätverk, lojalitetsprogram, traditionell reklam och mycket mer, konstaterar Michael Klein, chef för industristrategi på Adobe Marketing Cloud.

– Inom retail har varje kundkanal traditionellt betraktats som en enskild företeelse och organiserats därefter i separata silolikhnande system. Därefter, när arbetet med att konvertera kunderna intensifierats, har de enskilda kanalerna börjat motarbeta varandra.

Mattias Pihlström, omnikanalkonsult och vice vd på BrightStep, höjer samma varningens finger. Konverteringsjakten för varje kanal riskerar totalt att

orsaka suboptimering. Han tar ett exempel.

Om man vet att nära åttio procent av kunderna i ett visst segment gör research på webben innan de handlar sin vara i butiken – vad ska då räknas som godkänd konvertering på nätet?

– Om väldigt många av ett företags kunder kollar varor på nätet och sedan går till butiken och köper dem, så har de ju totalt sett en fantastisk konvertering, även om den inte sker på webben. Då kan det vara tokfel att mer aggressivt försöka tvinga fram köp på webben.

Mattias Pihlström exemplifierar med två stora sportkedjor:

– Sportamore som är en renodlad webbutik har kanske högre konvertering på nätet, men på totalen kanske Stadium trots allt konverterar bättre. Ju fler säljkanaler man har, desto viktigare blir det att inte bara tänka konvertering i de enskilda kanalerna.

**HEMELEKTRONIKKEDJOR SOM** Elgiganten och Media Markt har, tack vare kundernas behov, lärt sig hantera och optimera båda sina kanaler samtidigt. Till deras butiker kommer kunderna ofta med en utskrift av något de redan bokat eller betalat via webben. Orsaken till att kunderna hämtar i butik är flera: de kanske vill kontrollera produkten, de vill spara porto eller hämta tv-apparaten innan helgens fotbollsmat-



Bara fem procent av Sveriges största detaljhandlare ger sina kunder möjlighet att få information om produkter i butiken, via mobiltelefonen.

”Många fokuserar på att ändra färg på köpknappen och dylikt, men missar de fundamentala sakerna.”

cher. Den som väljer Elgigantens tjänst Collect@store har till exempel möjlighet att hämta varan i vald butik redan efter två timmar.

De senaste årens fokus på omnikanal har handlat om att erbjuda kunden den ”sömlösa” köpresan. Mattias Pihlström menar att många, i ett alltför svartvitt tänkande, sätter ett likhetstecken mellan sömlöst och att alla kanaler ska se exakt likadana ut. Stundtals har det framstått som tabu att prissättningen skiljer sig åt på webb och i butik.

– Men just Elgiganten är exempel på ett företag som använder olika priser, men ändå säljer bra. Och MQ tittar på möjligheten att bredda sortimen-

tet ytterligare på webben för att kunna hävda sig mot andra näthandlare.

Att utöka den fysiska butiken är dock betydligt kostsammare och ställer helt andra krav. Med två olika sortiment, ett i butik och ett utökat i webb, handlar omnikanal i stället om att hitta smidiga lösningar för att få det att fungera gentemot kund.

– I butikens kassa måste de kunna hjälpa mig att få hem den produkt jag sett på webben. Plötsligt blir personalen i butik ordermottagare, och det kanske de inte gillar ... Sådant måste företaget lösa.

**DET VANLIGASTE MISSTAGET** som svenska företag gör, när de vill optimera kundkonvertering på nätet, är att de stirrar sig blinda på konkurrenterna.

– Den vanligaste fråga vi får är: Hur gör de andra? Men den tydligaste lärdom jag dragit är att man inte kan hålla på att kopiera bjässar som Cliro och Amazon, vilket många försöker!

Egen  
hemsida?  
Vi hjälper  
dig

Egen  
blogg med  
Wordpress

E-post

POP3

SMTP

IMAP

VPS  
virtuell  
server

Hur skriver Amazon sina texter? Hur fungerar deras kassa? Vilken sökmotor använder de?

– Ibland säger jag: Bokus har sex miljoner produkter, ni har två hundra. Varför ska ni ha deras sökmotor? Utgå i stället från vad du gör, vad du har att jobba med som handlare. I min värld handlar omnikanal om att kunden ska känna lojalitet mot ditt varumärke. Ju fler kanaler du syns i, förutsatt att du gör det konsekvent och bra, desto större är chansen att du bygger och förbättrar relationen med din kund. Vilket i sin tur skapar förutsättningar för högre andel konvertering.

**MEN MÅLET BEHÖVER** inte vara att kunden ska handla vid varje tillfälle i varje kanal.

– Det får inte bli en köptunnel, för det är inte alltid kunden är på köptunnelhumör! I den fysiska butiken har du en dialog med kunden och om en kund kommer till kassan för att byta en vara löser du den situationen först, innan du försöker sälja något mer. Din hemsida måste troligen fungera likadant. Du kan inte plocka bort information om returer bara för att optimera försäljningen, då har du misslyckats.

Ytterligare ett misstag som många gör är att bortse från grundbultarna. Analysen brister.

– Många fokuserar på att ändra färg på köpknappen och dylikt, men missar de fundamentala sakerna. Man kanske inte täcker alla betal- och leveranssätt som kunderna efterfrågar? Man måste införa fakturabetalning innan man ändrar färgen på köpknappen. Folk kanske inte ens lägger saker i varukorgen när de besöker hemsidan, och då handlar det åter om att korrigera annat än färgen på köpknappen, säger Mattias Pihlström.

När Google nyligen verkställde hotet att, i sin sökmotor, filtrera bort webbsidor som inte var mobilanpassade, myntades begreppet "mobilegeddon". Det – om något – borde väl ha fått fart på alla de företag som inte optimerat sina hemsidor efter vad kunderna efterfrågar. Men inte ens mobilegeddon har fått alla att hänga med.

– Förklaringen är enkel – man hinner inte med. Företagen har många prioriteringar att göra och världen går tydligen inte under för att man under en period hamnar längre ner bland sökresultaten. Och det är trots allt ganska förtröstansfullt, säger Mattias Pihlström. ■



## **Mattias Pihlström, konsult inom omnikanal, ger fyra råd för att konvertera effektivt.**

### **Tänk "före, under & efter"**

**1** Fundera på hur kunden ser er och för dialog med er i processen före, under och efter ett köp. Gör det genom att dokumentera olika kundresor, identifiera eventuella håll där ni saknar visibilitet eller funktioner, och prioritera arbete där ni tror ni vinner mest effekt.

### **Hel och ren först**

**2** Konverteringsmässigt är det viktigt att täcka grundkraven först – innan man trimmar detaljerna för mycket. Erbjuder ni till exempel de betal- och leveranssätt kunderna efterfrågar på nätet?

### **Överoptimera inte**

Överoptimera inte varje enskild kanal endast på köp, då det finns


**3** stor risk för suboptimering totalt sett. Antagligen har ni många kunder som gör research i en kanal och köp i en annan. Hur väl stödjer ni dessa processer?

### **Samarbeta mer**

Skapa en kanalgemensam intern referensgrupp där ni utbyter

**4** erfarenheter, alltså med personer från både fysiska butiker, kundtjänst och e-handel. Viktigt att det inte bara är ledare utan personer som faktiskt har dialog med kund. Det ger också bättre förståelse för både kundens beteende och de interna processerna.

Databas  
mySql  
SQL-Server  
PHP  
.NET  
SSL  
ASP  
info@sajthotellet.com | 0771-319 319  
sajthotellet.com



**Marianne Csizmadia har  
absolut gehör och är  
utbildad vid College of  
Music på Manhattan.**

# MUSIK- POLISEN

Marianne  
Csizmadia  
avgör om du  
plankat  
låten

I musikbranschen kan upphovsrätt handla om stora känslor och stora pengar. Musikexperten Marianne Csizmadia är artisternas bästa vän – eller värsta fiende.

TEXT SVEN ROSELL FOTO MARTIN LINDEBORG

**M**ARVIN GAYES dotter Nona grät. Efter en två år lång, infekterad kamp hade juryn beslutat att hon och hennes syskon Frankie och Marvin Gaye III hade rätt: Blurred Lines, Pharell Williams och Robin Thicke's super-hit från 2013, är ett plagiat.

Enligt juryn i Los Angeles så stal artist-duon Marvin Gayes Got to Give It Up från 1977 och paketerade den som sin egen. För det fick de betala 63 miljoner kronor till Gayes barn.

– Jag känner mig fri. Fri från Pharell Williams och Robin Thicke's kedjor och deras lögnar, sa Nona Gaye samtidigt som tårarna föll.

Plagiat rör upp känslor, särskilt när 63 miljoner kronor står på spel.

**BAKOM NONA GAYES** frihet och välfyllda bankkonto står Marianne Csizmadia från Höör i Skåne.

När ett skivbolag, en producent eller advokat anser att en hitlåt är ett plagiat så händer det att telefonen ringer hos Marianne, en klassiskt skolad violinist och pianist och frilansare åt Malmö Opera. Mariannes uppdrag är att jämföra originallåten med den låt som någon anser inkräkta på upphovsrätten. Slutsatsen drar hon ibland efter några timmars lyssnande, i andra fall krävs bortåt hundra timmar.

Hennes grundliga utredning var en avgörande faktor i domstolsförhandlingen



Överst: Robin Thicke och Pharell Williams i videon till Blurred Lines.  
Under: Nona Gaye utanför domstolen som gav hennes familj rätt i plagiatstämningen.



## ”JAG ÖVERSÄTTER DET MUSIKALISKA TILL ETT SPRÅK SOM ALLA FÖRSTÅR”

i Los Angeles när Nona Gaye och hennes syskon stod på den vinnande sidan.

– Jag översätter det musikaliska till ett språk som alla förstår. Min rapport innehåller både en kvalitativ och en kvantitativ bedömning som kan användas i en förhandling, säger Marianne.

**VI TRÄFFAS HEMMA** hos Marianne i ett hus i skogen utanför Höör. Här bor hon tillsammans med sin man jazzpianisten Mathias Landaeus och tre barn. En vedkamin sprider värme i det ljusa rummet. Ena änden av rummet övergår i ett kök och i den andra står en flygel. På ett bord ligger Mariannes fiol vars äldsta del är från 1700-talet. Matbordet och soffgruppen omges av dotterns trombon, äldste sonens gitarr och yngste sonens trumset. Den här förmiddagen står suset i skogens träd utanför fönstren för musiken. Barnen är i skolan.

– Det började som ett extrajobb. Jag kom i kontakt med en musikolog i New York. Hon behövde hjälp med några arbetsuppgifter, berättar Marianne, som är född och uppvuxen i USA.

Marianne, som då utbildade sig på Mannes College of Music på Manhattan, började göra analyser åt en av USA:s ledande musikkonsulter. I ett av de första uppdragen fick hon hjälpa till att avgöra om två av medlemmarna i New Kids on The Block hade stulit en gammal Percy Sledge-låt som heter ”I’ll be your everything”. NKOTB-medlemmarna friades.



**DET ÄR NÄSTAN** enbart inom pop och rock som rättighetsfall dyker upp. Förutom hela låtar kan det röra sig om frågor från reklambranschen om att få lov att använda en hook eller en snutt från en låt till en viss produkt. Rättighets- och intäktsfrågor uppstår också i filmproduktion och vid användning av ringsignaler.

– Det har alltid varit väldigt naturligt för mig att transkribera musik så här, delvis eftersom jag har absolut gehör.

En viktig fråga är hur viktig melodin, den slinga eller hook som brukar stanna kvar i minnet, är för låtarnas identitet. En annan fråga är hur unik denna slinga är.

Ett svar på det kan kräva research bland äldre låtar för att se vad som förekommit tidigare. Låtarnas struktur och innehåll bedöms också.

– Jag sitter med lurar och lyssnar på låtarna. Och identifierar vad likheterna mellan de två låtarna handlar om, säger Marianne, som har förmågan att fokusera sitt lyssnande på en sak i taget.

Efter noggrant lyssnande skriver hon en rapport med sina slutsatser. En grundlig utredning innehåller jämförelser mellan alla instruments och stämmors medverkan i originallåten och i den låt som någon anser vara ett plagiat.

Efter 25 års arbete med att utreda musik vet Marianne fortfarande vad som utmärker ett plagiat. "Varje fall måste utredas för sig," säger hon.



Vad som utmärker ett plagiat har hon inget enkelt svar på.

– Efter 25 års arbete med det här vet jag faktiskt inte. Varje fall måste utredas för sig.

I de fall som går till domstol är analysen detaljerad och rapporten omfattande med många förklarande fotnoter. Andra ärenden avgörs redan efter Mariannes preliminära utredning. Parterna gör ofta upp i godo utan att någon känner till innehållet i uppgörelsen. Det blir betydligt billigare än att driva ärendet till domstol.

– Allt är ytterst hemligt och känsligt. Blir det en uppgörelse är det inte min sak längre, säger Marianne Csizmadia. ■

PYRAMID

# Pyramid Business Studio



Affärssystemet  
som växer med  
din verksamhet!

Läs mer på [www.unikum.se](http://www.unikum.se)





# Fångade drömmen i Sollefteå

Det här är historien om hur man tar en traditionell fysisk prylbutik, flyttar den till en annan stad och sedan förvandlar den till en total succé på webben.

TEXT OLOF WIGREN FOTO KRISTOFFER LÖNNÅ

**T**ANKEN NÄR VI startade e-handelsbutiken 2008 var att den skulle kunna inbringa några tusenlappar i månaden för att bidra till en mer stabil lönsamhet. Men i dag står den för över 90 procent av omsättningen och den ökar hela tiden, säger ägaren Carina Coomber.

När Carina blev utbränd för drygt tio år sedan, bestämde hon sig för att byta både yrkesbana och bostadsort. Carina och hennes man David bodde i Sundsvall och köpte

new age-butiken Amuletten som då hade funnits sedan 2002. De flyttade både den och sig själva till Sollefteå i västra Ångermanland. Intresset för andlighet har Carina haft sedan tonåren.

– Jag var nog lite av en sökare, som besökte olika kyrkor och ville uppleva religioner utifrån mina egna erfarenheter av dem.

**BUTIKEN ÄR INTE SÅ** stor men rummen för föreläsningar, seanser och kurser är rym-

liga. Dessutom har den stora lagerutrymmen. Och det behövs verkligen, eftersom e-handeln blivit en succé för Amuletten. Varje månad levereras cirka 450–500 paket till kunder inte bara i Sverige utan även i Norge och Finland. Under december fördubblas antalet försändelser.

– När vi skickar ut nyhetsbrev till våra 13 000 prenumeranter blir det sådan fart på försäljningen att vi nästan inte hinner med, säger Carina och ler.

Företaget har sex anställda, motsvarande >>>



**Carina Coomber,**  
grundare av new age-  
butiken Amuletten.

>>> cirka fem heltidstjänster. Sortimentet är en bidragande faktor till framgången.

– Vi har ett brett utbud av noga utvalda produkter. Sedan har vi en viss filosofi. Vi spretar inte åt olika håll. Här blandar vi till exempel inte kristaller och stenar med sexleksaker. Vi har en röd tråd i det vi gör.

– Dessutom jobbar vi målmedvetet med ständiga uppdateringar och sökmotoroptimering. Till en början gjorde vi ett jättejobb med grunden, sedan har vi ägnat oss åt regelbundet underhåll och gör större insatser med jämna mellanrum, förklarar Carina.

**DEN EGNA HEMSIDAN** är den överlägset viktigaste marknadsföringen. I övrigt inskränker den sig till enstaka annonser i facktidsningar som Free och Nära. En stor fördel, anser hon, är att Amuletten satsat på ett i stort sett egenhändigt utvecklat system för e-handel och lagerhantering.

– Min man, som är dataingenjör, har gjort nästan allting på egen hand. Han står för hårdvaran och jag för mjukvaran, säger Carina och skrattar.

Med tiden har de också lärt sig hur detaljer kring betalsätt, logistik och fakturering kunnat förbättras och effektiviseras.

– Min bestämda uppfattning är att om vi inte hade gjort så mycket själva utan köpt alla program och ett färdigt system hade vi varken kunnat få den här lönsamheten eller kunnat växa så mycket som vi gjort. Nu har vi både hållit nere kostnaderna för driften och samtidigt uppnått hög flexibilitet.

Carina beskriver Amuletten som en butik som står för en profilering och fördjupning av de äldre traditionerna utanför religionerna.

– Jag är ingen dömande och kategorisk person och det färgar också butikens sortiment. Kunderna ska kunna hitta sina egna vägar till det som de vill finna och kunna fördjupa sina intressen med hjälp av oss. ■



## 5 TIPS

Carina Coomers bästa tips för att lyckas med e-handel:

1. Gör så mycket som möjligt själv från grunden. Det är A och O för bra lönsamhet.
2. Renodla verksamheten så att den inte blir spretig.
3. Jobba noggrant med sökmotoroptimering.
4. Packa alla varor väl så att de garanterat kommer fram oskadade.
5. Leverera snabbt, även om kunderna inte kräver det, och se till att ha en bra support. Återkoppla omgående om kunder mejlar eller skickar frågor via hemsidan och Facebook.



UNICEF har 90-konto och kontrolleras av Svensk Insamlingskontroll

## BLI VÄRLDSFÖRÄLDER.

Var med och kämpa för alla barn, varje dag, året om. Anmäl dig på [unicef.se](https://unicef.se)

unicef 



# Har du planerna, men saknar pengarna?

## **Väx med Monetise!**

Monetise erbjuder snabb och enkel finansiering till fast pris och utan dolda avgifter. Som företagare har du ofta drivet och idéerna. Du vill utveckla verksamheten, köpa in lager eller satsa på marknadsföring. Samtidigt kan det vara svårt att hitta pengarna. Det är här vi kan hjälpa till.

## **Småföretagervänlig finansiering**

Monetise erbjuder förskott på din kortförsäljning, en ny typ av småföretagslån anpassat för handeln. Vår småföretagervänliga kreditprövning utgår från dina kassaflöden och då vår säkerhet finns i din framtida försäljning behövs ingen personlig borgen.

## **Snabbt och enkelt**

Du ansöker snabbt och enkelt på vår hemsida. Du kan få förskott på upp till en månadsomsättning och har pengarna på kontot inom en vecka. Vi erbjuder små dagliga återbetalningar, du blir skuldfri på 6-8 månader och slipper stora månadsfakturor.



**monetise**

**Läs mer och ansök direkt på [monetise.se](https://monetise.se)**

Monetise Capital AB. Saltmätargatan 19A, 113 59 Stockholm, tel: 08-559 212 79, e-post: [info@monetise.se](mailto:info@monetise.se).  
Verksamheten är registrerad hos Finansinspektionen.

**SÅ VAR DET  
INTE TÄNKT**  
MIKROVÅGSUGNEN

ILLUSTRATION: LINUS NYSTRÖM

# När pang blev pling

Doktorn letade efter ryska stridsflygplan men fann popcorn.

TEXT: ROBERT LÅNGSTRÖM

**DET BÖRJADE MED** en professor och en chokladkaka. Dr Percy Spencer var en självlärd ingenjör du inte kunde hälsa på i korridoren utan att han började undersöka dina nya skor. Slits de snabbt? Varför är de sydda sådär?

Därför kunde han inte heller ignorera chokladkakan. Den med jordnötter som låg i hans ficka den där historiska dagen 1946.

Percy Spencer var då en framstående elektroingenjör på företaget Raytheon. Han byggde bland annat magnetroner som skulle sitta i försvarets radaranläggningar. Under ett magnetrontest körde han ner handen i fickan och upptäckte att chokladkakan smält. Han blev nyfiken.

Han gjorde ett nytt experiment. Denna gång la han några popcornkärnor vid magnetronen och såg med förtjusning hur kärnorna hoppade runt, sprack och till slut skickade popcorn över laboratoriet.

Av en slump hade Percy Spencer upfunnit något som skulle revolutionera matlagningen och bli en miljardindustri.

1947 nådde den första kommersiella mikrovågsugnen marknaden, och den var

gigantisk: 2,3 meter hög och 340 kilo tung. Priset var 34 000 kronor. Det gjorde å andra sidan kanske inte så mycket eftersom många trodde att den nya apparaten orsakade bland annat strålningsskador, blindhet och sterilitet.

Det dåvarande namnet – ”Radarange” – underlättade inte. Men det tog inte lång tid innan framför allt restauranger och industrin upptäckte fördelarna med mikron.

Redan 1976 var den vanligare än diskmaskinen i USA och brummade och plingade i 60 procent av alla hem. ■



# Fakturera själv och låt din byråpartner sköta redovisningen!



## Mindre krångel och mer klirr i kassan

**Med BL Fakturering i molnet** kan du som företagare koppla din fakturering till en redovisningsbyrå som sköter din bokföring. Byrån får automatiskt in uppgifterna i sitt system. Ni arbetar i samma system med samma siffror.

Du slipper skicka fakturaunderlag och filer till redovisningsbyrån, och kan istället ägna din tid åt intäktskapande aktiviteter som du kan fakturera kunderna – på samma enkla sätt.

Du hittar din byråpartner på [blinfo.se/byrapartner](http://blinfo.se/byrapartner). Välj ut den eller de byråer som verkar intressanta, så kontaktar de dig inom kort.

### För endast 99 kr/månad får du:

- ✓ Fakturaprogrammet med de nöjdaste användarna
- ✓ Tidseffektiv samverkan med redovisningsbyrån
- ✓ Alltid uppdaterad programversion
- ✓ Säker lagring av dina uppgifter
- ✓ Automatisk säkerhetskopiering
- ✓ Åtkomst var du än är
- ✓ Uppdatering i realtid av både dina och byråns registreringar



Hitta din redovisningsbyrå!



Koll på ekonomin  
för 29 kr/mån!

För 29 kr/månad kan du komplettera med en **Läslicens** som låter dig se ekonomirapporter och en ekonomioversikt. Du ser direkt hur det ekonomiska läget är just nu och hur ditt företag utvecklas.



**BJÖRN LUNDÉN**  
*information*

[www.blinfo.se/byrapartner](http://www.blinfo.se/byrapartner)

Scanna koden med din smartphone så kan du läsa mer om Byråpartner.





# HAR DU EN HUNDRING?

Möjligheterna till crowdfunding är större än någonsin. Så gör du för att lyckas.

TEXT PER CORNELL



**V**ILL MAN GÖRA det enkelt för sig kan man säga att crowdfunding är som vilken B2C-försäljning som helst. Det handlar om att sälja in en vara eller

tjänst till kunderna. Skillnaden är att du försöker göra det i förväg för att riskminimera. Och du gör det genom en grupp-försäljning på någon av de plattformar för crowdfunding som finns på nätet.

– För att kunden ska nappa behöver man tänka på att man säljer en möjlighet för kunden att rea-

lisera sin dröm eller förstärka dennes identitet. Man behöver övertyga kunden om att detta kommer att bli av och man behöver en spännande historia, säger Max Valentin, grundare av Crowdculture, en plattform för kulturprojekt och varm förespråkare för crowdfunding.

– En viktig aspekt är att folk inte kommer att finansiera din dröm om du inte gör den till deras dröm också. De behöver en bra anledning för att ge stöd, som vid all försäljning.

Crowdfunding kan vara det rätta för det mindre företaget, men av olika orsaker. För crowdfunding kan utföra flera saker åt företaget:

**MARTIN SCHIBBYES** "Blank spot projekt", för en ny typ av utrikesjournalistik, har fått in pengar så att de kan bygga en webbplattform samtidigt som de har fått en bra marknadsundersökning. Om folk är beredda att betala för något som ännu inte finns kan man förmoda att intresset är stort. Går det väldigt trögt är det kanske läge att ta en funderare på sitt projekt. För stödarna av "Blank spot projekt" väntar belöning i form av medlemskap, förhandsinformation och fotografier från kända fotografer – allt i förhållande till hur stor insatsen har varit.

En helt annan form av crowdfunding är att ta in mikrolån från andra företag eller privatpersoner. Det finns flera plattformar som erbjuder den möjligheten som är lämplig om företaget behöver få in en större summa pengar. En av dem är Funded by me.

– Det är uppenbart att bankerna snålar med att ge krediter till företag. Crowdfunding ger så mycket mer än traditionella instrument för finansiering: det erbjuder bättre marknadsföring och möjligheten att

## Max Valentins tips för rätt crowdfunding:

### Du vill se om det finns en efterfrågan

→ Troligtvis är den bästa lösningen för dig belöningsbaserad crowdfunding. Du kan se crowdfundingen som en marknadsundersökning och det finns många olika plattformar att jobba med:

**Kickstarter** – Världens mest kända plattform som snabbt expanderar i världen, nu kan man använda den i Sverige, USA, England, Australien, Nya Zeeland eller Kanada. Det är bra om du anlitar en specialiserad prbyrå för att nå fram. Du kan räkna med att kampanjen utöver produktion behöver cirka 50 000 kronor för att bli framgångsrik.

**Indiegogo** – Den första stora plattformen och som kan användas globalt. Systemet har den tekniskt mest sofistikerade lösningen och ger dig feedback på hur bra du kampanjar. Bra om du vill testa en tjänst eller produkt globalt och se vilka marknader den "fastnar på", men du bör inte vara novis.

**Funded by me** – För svenska och nordiska projekt.

**Crowdculture** – För svenska kulturprojekt. Projekten får offentlig medfinansiering om de lyckas.

**Startnext** – Är ett bra alternativ för dig som vill nå den tyska marknaden.

**Crowdfunder** – För dig som vill nå den brittiska marknaden.

**Verkami** – För dig som vill nå den spanska marknaden.

**Querky** – E-handelsplats för uppfinnare.

**Start something good** – Crowdfunding för sociala entreprenörer.



### Du behöver finansiering

→ Då bör du använda equitybaserad eller lånebaserad crowdfunding. Principen är att sälja andelar i ett onoterat bolag, alternativt låta flera bolag låna ut pengar till ditt företag mot ränta. Det kan vara en bra strategi särskilt för startups som jobbar i B2C-sektorn för att bygga upp ett engagemang kring sitt erbjudande.

**Symbid** – Var först ut på equity-marknaden och fick mycket uppmärksamhet när man hjälpte amerikanska bolag med finansiering trots att det var olagligt i USA.

**Crowdqube** – För dig med ett startup som vill hitta tidiga investerare främst i Sverige och Storbritannien.

**Funded by me** – För dig med ett startup som vill hitta tidiga investerare främst i Sverige och Norden.

**Invesdor** – Liknande erbjudande som Funded by me men med säte i Finland.

## Tre typer av crowdfunding

### 1. LÅNEBASERAD

Bygger på att företaget lånar pengar av många investerare som i sin tur erbjuder ränta. Hos Funded by me krävs en omsättning på minst 150 000 kronor samt att bolaget varit registrerat som aktiebolag i 18 månader.

### 2. BELÖNINGSBASERAD

Bygger på att många kunder eller stödare hjälper en nystartad verksamhet att komma i gång. Som belöning får stödjarna förtur till nya produkter, VIP-behandling eller liknande.

### 3. EQUITYBASERAD

Bygger på att företaget tar emot finansiering i utbyte mot delägarskap. Ett större antal investerare blir alltså delägare i företaget och kan bidra med kunskap och eller nätverk.

nå en målgrupp som kan bli dina kunder, säger vd Daniel Daboczy.

För vilken typ av företag fungerar crowdfunding bäst? Max Valentin på Crowdculture har några tumregler:

– Det är lättare för B2C-bolag. Det behöver också finnas en "aha-känsla" eller ett nyhetsvärde med det man söker finansiering för. Det gäller att hitta berättelsen och underhållningsvärdet i det man säljer. Om man inte gör det – visa på nyttan.

Har det blivit svårare att nå fram nu när det finns så många aktörer?

– Tvärtom tror jag. Man sa tidigare att det höll på att bli för många kaféer i Stockholm, men många kaféer tillsammans skapar en kafékultur och möjlighet för fler. Det är samma sak här, ju fler som utnyttjar möjligheterna, desto fler upptäcker crowdfunding. ■

VÄND  
"Så lyckades vi med crowdfunding"



# ”Sätt inte upp ett för stort projekt”

## I korthet:

Crowdfunding gav skjuts åt bokaffären Konst-igs nya affärsidé. Deras databas blev guld värd.

**ATT SÖKA EFTER** böcker på nätet är som att leta efter en nål i en höstack. Trots att branschen till stora delar finns på nätet numer, saknas system för att göra böcker sökbara på ett tillfredsställande sätt. Bokhandeln Konst-ig, med butik i Stockholm och webbshop, har professionella kunder inom arkitektur, design och mode från hela världen. Alla vittnar om samma sak: de kan inte hitta tillräcklig information om referenslitteratur de behöver när de söker på nätet.

I andra änden av kedjan finns förlagen. De är lika frustrerade över att deras titlar drunknar på marknaden då sökmotorerna bara fångar upp titel, författare och ämne. Samma frustration finns hos återförsäljarna.

Det som behövs är mer data om böckerna som gör dem sökbara. En sådan databas kring kvalitetsböcker inom deras ämnesområden sitter Konst-ig på.

– När vi började för 20 år sedan, innan man sålde böcker på nätet ens, förstod vi att en databas var det viktiga. Nu har vi utökad metadata på över 100 000 titlar som många är intresserade av, säger Helene Boström, en av grundarna av Konst-ig.

**FÖR ATT KUNNA** utveckla databasen ytterligare och göra den tillgänglig för branschen valde Konst-ig att söka finansiering genom lånebaserad crowdfunding via Funded by me. De var ett av de första företagen i Sverige med att testa denna variant. Relativt snabbt fick de in 300 000 kronor, ett startkapital som gör att de kan ta sin affärsidé Boost vidare.

– Vi är superglada över det här. Alternativen för oss inom



FOTO: CHRISTOPHER HUNT

kulturområdet är inte så många eftersom kopplingen mellan kultur och affärsliv är väldigt lite utvecklad i Sverige.

**Vad är ditt råd till andra gällande crowdfunding?**

– För oss som jobbar business to business var det ett bra alternativ. Mitt råd är att skapa en väl avgränsad kampanj som tar dig ett steg på vägen. Sätt inte upp ett för stort projekt.

**Charlotte Ekbohm och Helene Boström driver Sveriges största oberoende bokhandel. Konst-ig grundades 1994.**

# ”Vi bad inte bara om pengar”

**I korthet:** Natalia Medinas dokumentärprojekt fick en skjuts via crowdfunding. Men det var inte pengarna som var grejen.

**NATALIA MEDINA** hade en idé till en animerad dokumentärfilm som ska heta ”Välkommen till Sverige”. Och hon hade viss koll på crowdfunding. Hon insåg att idén var som gjord för att hitta stödjare.

– Ämnet var hur flyktingar från Latinamerika som kom hit på 1970- och 80-talen upplevde sin första tid här. En sådan film har en väldigt specifik målgrupp. Just att den är nischad är en fördel när det kommer till crowdfunding.

Natalia samlade in 15 000 kronor via plattformen Crowdculture. Pengarna finansierade



**Natalia Medina.**

hennes resor för att kunna sätta i gång, men egentligen var pengarna inte det viktiga.

– Anledningen till att vi lyckades med kampanjen var att vi inte bara bad om pengar. Vi var ute efter kontakt med publiken för att hitta historierna till filmen. Och även att samla in en del material som

vi kunde använda i filmen. Det var alltså möjligt för folk att påverka projektet genom att ge tips eller själva vara med. De och deras nätverk blir senare vår publik.

Det som började som en kortfilmsidé har utvecklats till en serie om fyra avsnitt på 15 minuter.

### Hur fick du folk att upptäcka kampanjen?

– Förutom en genomarbetad och intresseväckande sida hos Crowdculture skapade jag en Facebookgrupp och bjöd in folk. Jag var också med i latinamerikansk radio och tog kontakt med föreningar. De spred information i sina nätverk genom nyhetsbrev och Facebook. Vi satte också upp affischer där vi trodde att vår målgrupp kunde finnas.

**Har du några tips att dela med dig av?**

– Man måste vara aktiv för att lyckas. Det svåra är att nå ut. När du väl får kontakt med din målgrupp är det viktigt att fortsätta att kommunicera med den. ■



Skiss från filmen.

*Du vet väl om att det finns en a-kassa för dig som är företagare?*

# SHA



För oss på SHA är det självklart att du som är egen företagare ska ha rätt till ett bra skydd vid eventuell arbetslöshet!

Ansök om medlemskap direkt med e-leg!  
Skanna QR-koden här bredvid eller gå in och läs mer på vår hemsida **www.akassan.com**







# ROBOTDANSEN

Näst på tur för en robotisering är butikshandeln. I alla fall om man får tro skaparen av den automatiserade jeansbutiken Hointer. Nadia Shouraboura är kvinnan som lyckats gifta robotik med mode – och skapat framtidens shoppingupplevelse. >>>

TEXT HENRIK EK FOTO JOSE MANDOJANA



>>>

**D**ET ÄR PÅ NÄTET revolutionerna sker. I våra fysiska gamla butiker ligger dammet kvar där det alltid legat.

Detta har länge varit uppfattningen om vad som händer med vår shopping. Framför allt klädbutiker har varit väldigt motståndskraftiga när det kommer till den moderna teknologins framfart.

Fram tills nu, vill säga.

– Vissa saker måste du fortfarande prova och känna på, säger Nadia Shouraboura, tidigare toppchef på Amazon.com, som skapat den robotiserade butiksplattformen Hointer.

**MATEMATIKERN** Nadia Shouraboura växte upp och fick sin tidiga utbildning i kommunismens Sovjet. 1987 flyttade hon för ett jobb i Israel – ett arbete med datoriserade system (CAD) för industrirobotar – vilket kom att uppmärksammas av professorer från andra sidan Atlanten, på Princeton University i New Jersey. Hon

## ”JAG LÄRDE MIG VAD SOM GÖRS BÄST AV ROBOTAR OCH VAD SOM GÖRS BÄST AV MÄNNISKOR”

erbjöds en plats på den ansedda skolan och fick där sin Ph.D några år senare.

Hennes stora erkännande kom 2004 då hon började på internetvaruhuset Amazon.com, där hon snabbt klättrade och kom att ingå i grundaren Jeff Bezos ledarstab. Ett Amazon som kort senare kom att vinna stor respekt för sin banbrytande varuhantering och automatiserade processer för distribution från sina lager, så kallade ”fullfilment centers”.

– Mitt team var specialiserat på teknologi och robotisering i dessa center. Jag lärde mig vad som görs bäst av robotar och vad som görs bäst av människor, säger hon i dag.

**ATT BOKA ETT MÖTE** med Nadia Shouraboura är, föga förvånande, just en automatiserad process. Du e-postar en länk till hennes egen sida på sajten youcanbook.me där lediga tider i hennes kalender listas. Där fyller du själv i ert möte och vad du har för syfte med bokningen.

Hon skrattar när det kommer på tal.

– Det är så himla enkelt. Och alla som vill mig något kan boka tid och byta tider om de ändrar sig. Jag behöver inte göra något alls.

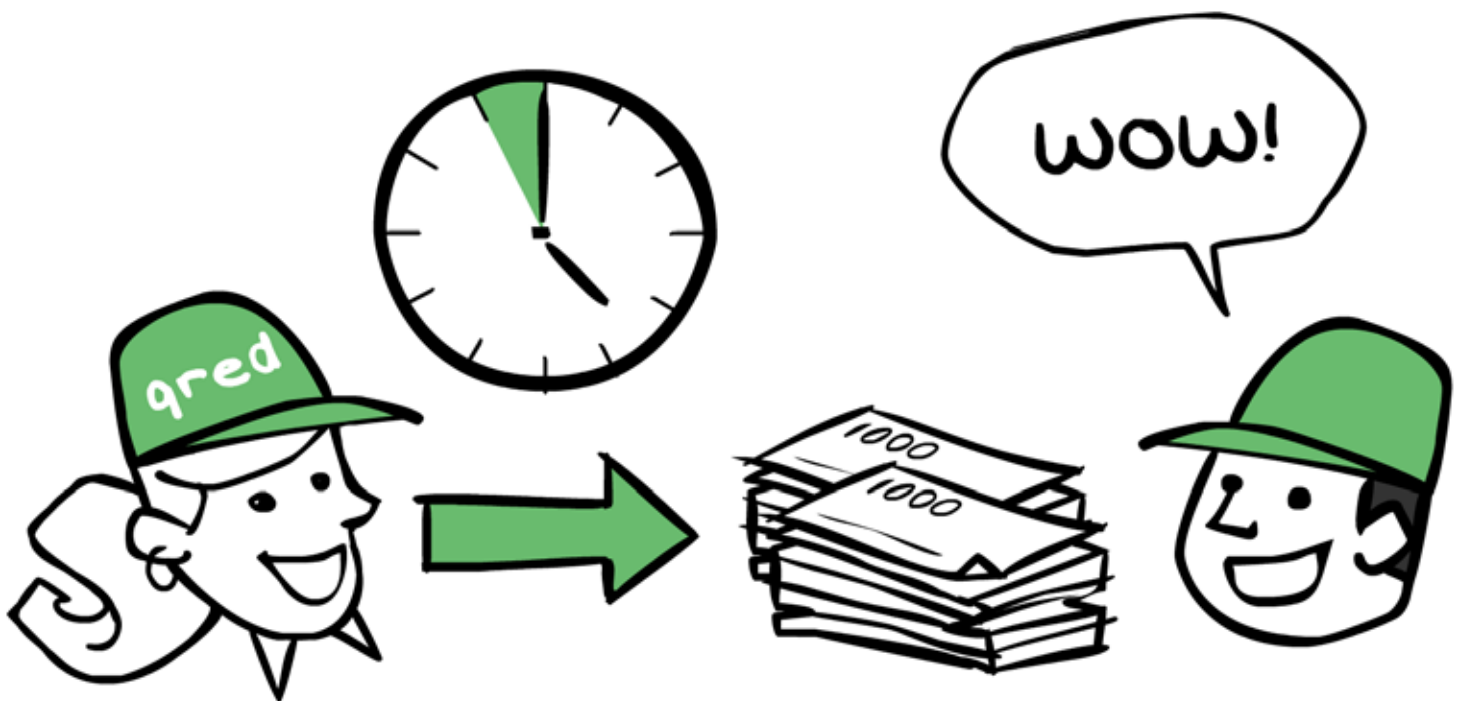
Hon har att göra så det räcker ändå. Hennes Hointer växer som bambu. Den egna butiken finns i Seattle, en butik hon öppnade för att sälja jeans till i första hand män (”de som ogillar att shoppa, men gillar teknik”).

I butiken hänger massvis med kläder prydligt uppgradade, men bara ett plagg av varje modell. De är lappade med en QR-kod som kunden skannar i sin Hointer-app. Där listas pris, vilka storlekar som finns tillgängliga, material, ursprung samt en uppsjö av bilder och videoklipp. Exakt

>>>

# Sveriges nya Företagslån

- Låna upp till 250 000 kr.
- Besked inom 5 minuter.
- Pengar samma dag.
- Fast månadsavgift 1-5%.
- Inga dolda kostnader.



FÖRETAGSLÅN

Med qred är det enkelt att vara företagare. Ansök gratis på [www.qred.se](http://www.qred.se)

>>> vad som kan visas där beror förstås på butiken ifråga och de ansvarigas fantasi.

Om kunden vill prova jeansen skickas en order via appen och han eller hon får därefter instruktioner om i vilket ledigt provbås plaggen väntar.

– Det ska inte ta mer än 30 sekunder, säger Nadia Shouraboura om den automatiserade processen från att beställa jeansen till dess att de ligger redo i hytten.

Om jeansen inte passar kastar kunden in dem genom ett hål i väggen i provrummet varpå de också försvinner från varukorgen i telefonen. Satt de däremot bra så kan affären slutföras lika enkelt med ett klick på skärmen. Inget butiksbiträde behöver hjälpa till – om man inte själv vill det.

**EXAKT HUR DET** fungerar bakom kulisserna är en hemlighet, säger grundaren själv. Men det är en lösning som går att anpassa efter varje butiks ändamål.

– När jag gör popup-butiker runt om i USA använder jag bara mjukvaran. Hanteringen av kläderna är då manuell.

Hon kan heller inte säga exakt hur många andra butiker och kedjor som hon skrivit avtal med och som snart kommer att ha Hointers robotsystem i sina lokaler. Men det är ”flera stora varuhus”.

Det hon däremot kan säga är att hon verkligen tror på vad hon kallar mikrolager, eller ”micro warehouse”, och vikten av sådana för framtida kundupplevelser.

– I ett mikrolager lagras många produkter på en liten yta. Därifrån ska det gå snabbt att hämta och lämna plagg. Gå till en konventionell skobutik i dag, be om att få prova 30 par skor och se hur personalen reagerar. Eller se hur lätt det är att gå till en klädbutik och prova en hel outfit du sett på en provdocka, säger hon.

**HON ÄR FÖR** all robotisering som gör att tråkiga och onödiga sysslor inte behöver göras av människor.

En städrobot kan till exempel komma in på natten och dammsuga. En annan robot kan vika kläder eller stryka.

– Människor är bättre på stajling, bedöma vad som passar ihop och att skapa utseenden. Min butik är en modebutik och det kommer nya plagg hela tiden. I stället för att vika kläder kan personalen ägna sig åt att ändra innehållet (som presenteras i appen) och hjälpa kunder med stajling.

**Är det färre personal i en Hointer-butik än i en vanlig butik?**

– Ja, det är ett färre antal butiksbiträden, men de är mer kunniga i stället.

**Varför är den automatiserade processen bra för just kläder?**

– Det är två saker. När man kommer till en Hointerbutik ser man kollektionen väl-

**Nadia Shouraboura tror att mikrolager och automatiserade processer är framtiden för många butiker.**



### **NADIA SHOURABOURA**

**Bor:** Seattle, Washington.

**Gör:** Är matematiker och programmerare.

**Bakgrund:** Började sin karriär med att programmera industrirobotar. Senare logistikchef på Amazon där hon arbetade med robotar och effektivisering i lagersystemet.

**Aktuell med:** Driver sedan två år den egna butiken Hointer, vars robotiserade och automatiserade system hon nu också börjat sälja till andra butikskedjor.

digt snabbt och överskådligt. Du behöver inte gräva i högar av jeans och det finns gott om ”content” till varje plagg. Men man provar också många fler plagg på det här viset (eftersom det går snabbt).

**ENLIGT SHOURABOURA** är det inte fråga om en dyr investering för den butik som vill bli Hointer-anpassad.

Butikshandeln har inte råd med sådana investeringar. Butiker har ofta höga hyror och inte mycket plats för lagerhållning.

– Tvärtom, vi börjar i liten skala och lär oss hur butikerna vi samarbetar med fungerar. Sedan hjälper vi dem att lägga till tjänster om det är rätt för dem.

**HOINTER HAR** funnits i två år och har redan fått ett brett erkännande i branschen. Av allt att döma kommer robotiseringen att etablera sig betydligt snabbare än e-handeln gjorde på sin tid.

– Jag tänkte när jag började att det skulle ta väldigt lång tid, men jag tror att det kommer att gå mycket snabbare än vi tror. Kunderna är redan vana att använda sina telefoner och betala digitalt. Det finns inte samma friktion som det gjorde när Amazon startade. Då fanns inte ens infrastrukturen, det gör den i dag.

Framtidens butik, säger hon, är en upplevelse att komma till. Inte långsam och rörig utan smidig och kundanpassad. ■



# Fem sätt att komma närmare dina företagskunder med hjälp av webben

B2B-handeln står inför stora förändringar och trenden är att webblösningarna blir allt mer inspirerade av e-handeln till konsumenter. Dagens proffsköpare vill ha samma upplevelse och smarta funktioner när de gör beställningar i tjänsten som när de näthandlar privat. Det här skapar möjligheter för dig som säljer till företag att stärka ditt företags konkurrenskraft.

Genom att utveckla företagets webbtjänster och ge kunderna tillgång till aktuell och individuellt anpassad information ökar du servicen och närheten till dina kunder samtidigt som du kan jobba mer effektivt med sälj och administration.

Här är några exempel på hur du kan utveckla tjänsterna på webben:

1

## Hjälp kunden att hitta rätt och gör det enkelt att beställa

Hjälp kunden att hitta rätt produkt genom till exempel smarta sökfunktioner, möjlighet att markera favoritprodukter eller återanvända köphistorik. En sprängskiss kan underlätta för kunden genom att peka ut rätt reservdelar - bara kreativiteten sätter gränserna!

2

## Publik webbplats kombinerad med inloggad webbhandel

Genom att kombinera den publika webbplatsen med e-handel för inloggade kunder kan du välja vilken information som respektive målgrupp ska få. Visa till exempel produkterna för alla webbplatsbesökare, men ge fördjupad information till inloggade kunder.

3

## Visa alltid aktuell och uppdaterad produktinformation

Ge kunder möjlighet att alltid få rätt information om till exempel lagersaldo, leveranstider, mått och andra specifikationer. Lägg upp information som manualer och marknadsmaterial till återförsäljare eller varför inte säljstatistik till din egen säljorganisation?

4

## Visa alltid rätt pris och avtalade rabatter till varje kund

Visa kundunika prislister till exempelvis avtalskunder med stafflade priser, rabatter etc. Om du säljer både via återförsäljare eller andra företag och konsumenter kan webbplatsen visa priser exklusive eller inklusive moms beroende på besökaren.

5

## Förenkla genom att integrera webblösning & affärssystem

En webblösning som är integrerad med affärssystemet och/eller andra IT-system ger dig en helhetslösning som minskar administrationen och ger mer effektiva arbetsprocesser.

## Börja med en kostnadsfri analys av nuvarande webbplats!

Första steget till förändring är att se var du står idag och vilka möjligheter som finns. Nu har du som säljer till företagskunder möjlighet att få en kostnadsfri analys av din nuvarande webbplats. Allt du behöver göra är att ringa 0470-59 00 00 eller anmäla ditt intresse direkt på: [www.sitedirect.se/analys](http://www.sitedirect.se/analys)

SiteDirect har hjälpt branschledande företag med professionella webb- och e-handelslösningar i över tio år.





# LEVERANSENS GULD- ÅLDER

ÄR  
HÄR

E-handeln har gått från postorder till att erbjuda dig ditt liv i en låda. Smarta leveranser skapar företag som skickar allt du någonsin kan tänkas behöva, direkt till din dörr – från hundmat till John Varvatos-parfymer.

TEXT ALFRED HOLMGREN  
ILLUSTRATION ELIN JONSSON



**S**OMMAREN 2013 började det plötsligt regna öl över Sydafrika.

Det var under den skällheta Oppikoppi-festivalen som Darkwing Aerials lanserade en typ av drönare – vilken bombade publiken med kylda ölburkar försedda med fallskärmar.

Senare samma år visade Domino's i Storbritannien hur de utvecklat ett system för pizzaleveranser via drönare. Och i USA tog Darwin Aerospace fram en prototyp de kallade Burrito Bomber som via en app har förmågan att dumpa mexikansk snabbmat rakt i famnen på kunderna.

Ändå präglades reaktionen av chock och förvirring när Amazon ett halvår senare utannonserade att de utvecklar ett eget system för drönarleveranser. Var det ett försenat aprilskämt eller en briljant pr-kupp baserad på ett mikroskopiskt korn av sanning?

Anledningen till att Amazons presentation av "Prime Air" fick många att höja på ögonbrynen är inte att tekniken i sig är särskilt häpnadsväckande. Billiga drönare har länge funnits tillgängliga för nyfikna amatörer. En vikti-



**I ett roligt pr-trick, som också gav bra service till besökarna, serverade festivalen Oppikoppi i Sydafrika sina besökare öl via en oktokopter med inbyggt gps-system.**

gare förklaring är att många i dag har en föråldrad syn på vad postorder egentligen kan vara. Blotta ordet för med sig flashbacks till 90-talets tjocka kataloger där man klippte ut talonger, fyllde i för hand och sedan skickade in dem i hopp om att varorna man kryssat för fortfarande skulle finnas kvar på lagret – raka motsatsen till dagens blixtnabba precision.

**LIKA FÖRÅLDRADE** är de gamla skämten om "snigelpost". I själva verket har internet-eran banat väg för logistikens nya guldålder där smarta leveranser är den viktigaste länken i kedjan mellan innovativa företag och deras konsumenter. Tack vare framstegen på detta område har e-handeln gått in i en ny fas som inte bara handlar om bekväm tillgång till nya produkter utan även om att upptäcka nya produkter – i sitt eget hem.

Vissa av dessa tjänster liknar rena lotterier där varje utskick är tänkt att kännas som en vinstlott. Amerikanska Quarterly skickar var tredje månad ut lådor fyllda av överraskningar till sina prenumeranter, vilka i förväg fått välja mellan olika kuratorer. En box som Pharrell Williams kurerat innehöll ena måna-

den tryffelsalt, doftljus, en affisch och en vinylsingel. Nästa gång fick prenumeranterna i stället en fuskatuering, en stämpel, ett designat anteckningsblock, en självhjälpsbok och en färgglad drake.

I Sverige finns liknande företaget Testagram, som du kunde läsa om i förra numret av Du&Co.

**ETT ANNAT FRAMGÅNGSRIKT** svenskt företag som jobbar med prenumerationer är Glossybox som skickar ut månatliga paletter av smakprov på olika skönhetsprodukter. De rosa kartongerna har spritt sig över hela Europa: bara under de första 18 månaderna levererades två miljoner lådor.

– Många av våra prenumeranter har beskrivit Glossybox på ett sätt som jag tycker är briljant, att det är som att få en julklapp en gång i månaden. Att vi lyckas skapa denna typ av engagemang är en viktig förklaring till att vår aktiva prenumerantbas i Sverige växt med 10 000 pro-



**Glossybox mors dag-edition. Företagets aktiva prenumerantbas i Sverige växt med 10000 procent sedan lanseringen i slutet av 2011.**



# Så kapitaliserar du på leveransens guldålder



## HITTA DIN NISCH

Lägg tid på att mejsla fram en värdefull tjänst som inte redan erbjuds av fysiska butiker.

– De företag som når framgång utmärks av att de vågar testa, en otrolig vilja att lyckas, att de alltid tänker utifrån ett kundperspektiv och att de inser hur viktig logistiken är, säger Postnords e-handelsspecialist Arne Andersson.



## DU KAN INTE TILLFREDSSTÄLLA ALLA

De vinnande koncepten tilltalar en tydlig målgrupp – inte hela mänskligheten.

– Det går inte att göra en matkasse som passar alla smaker. Smaken varierar också mycket inom ett hushåll. Och så fort man tillåter utbyte av varor så fördyras hela processen och blir lätt olönsam, säger Sofie Lundberg på Middagsfrid.



## VÄLJ LEVERANSLÖSNING MED OMSORG

Leveranserna måste anpassas efter förutsättningarna för din specifika nisch.

– Att vi jobbar med Postnord bidrar till att våra kunder vet med säkerhet att deras paket levereras inom avtalad tid och i gott skick. Det är också enkelt att returnera varor som kunden inte vill behålla, säger Virginia Palm på Outfittery.



## GÖR LEVERANSEN TILL EN UPPLEVELSE

Vad du än säljer så skapas ett mervärde och en lojalitet om leveransen blir en liten högtid i sig.

– En nyckelfaktor logistiskt sett är att boxen och produkterna presenteras på ett optimalt sätt. Hela upplevelsen, inte bara produkterna i boxen, ska kännas "glossy", alltså lyxig, säger Henric Persson på Glossybox.



## VAR ÄRLIG I KOMMUNIKATIONEN

Prenumerationstjänster och kurerade boxar bygger på ömsesidigt förtroende.

– Det handlar mycket om tillit mellan kund och företag, särskilt då allt sker bakom skärmar från båda parter. Då kunden behöver dela med sig av personlig information – storlek, stil, prispreferens – är det viktigt att vara transparent och tydlig, säger Virginia Palm på Outfittery.

cent sedan lanseringen i slutet av 2011, säger Henric Persson, managing director på Glossybox Nordics.

Den regelbundna fysiska interaktionen mellan kund och företag speglas också på nätet, där sociala medier blivit ett viktigt verktyg för att knyta ett starkare band mellan konsument och varumärke. Snabb och ärlig kommunikation ger tjänsterna en mer personlig, mänsklig och trovärdig touch – ett tydligt mervärde för kunderna, vilket även reflekteras i prislapparna.

Att kommunikationen hamnar i centrum gör också att företagen lär känna sina kunder på ett helt nytt sätt: Glossybox anpassar innehållet i sina lådor efter individuella "skönhetsprofiler" som prenumeranterna får fylla i, varpå de recenserar produkterna de fått prova (eller ännu hellre: värvar nya prenumeranter) i utbyte mot "Glossydots", som kan växlas in mot nya boxar.

**I BÄSTA FALL** lyckas detta upplägg bygga upp en förväntan inför varje nytt utskick – precis som när man längtar efter att favorittidningen ska dimpa ner i brevkastet. Men att erbjuda kunderna denna känsla kräver stora resurser i form av kapital och kompetens bakom kulisserna.

– Vad som utifrån sett kan te sig relativt trivialt, att vi skickar ut en snyggt för-



**Outfittery är ett av företagen som erbjuder en "personal shopper". Outfittery är i praktiken ett provrum i miniatyr.**

packad box med fem stycken skönhetsprodukter en gång i månaden, är i verkligheten en långt mer komplex modell. När boxarna skickas ut så det ett resultat av ett mycket stort antal steg som involverar hela vårt fantastiska team, säger Henric Persson.

– För att säkerställa att vi hela tiden håller oss à jour med trender har vi inom bolaget team med skönhetsexperter. Den data vi samlar in från våra prenumeranters "skönhetsprofiler" och recensioner är en annan viktig komponent.

**KURERADE SKÖNHETSBOXAR** som vänder sig till män är för närvarande en mindre marknad. I gengäld har konceptet att låta stilcoacher sätta ihop skräddarsydda outfits slagit igenom på bredare front. Outfittery är ett av företagen som erbjuder en "personal shopper", vilken väljer mellan plagg från över 100 varumärken för att gräva fram en personlig garderob för just dig, baserad på dina egna preferenser.

– Kurerade boxar, matkassar och dylikt är inte bara ett snabbare sätt att "klicka hem" det du behöver. I detta fall överläter du urvalet till någon som förstår din stil, smak och behov – i stället för att behöva surfa runt på nätet, eller leta i olika butiker för inspiration och därefter rätt storlek, och fundera på vilka skor som passar till resten av kläderna, säger Virginia Palm, regional manager på Outfittery Nordic.

När svenska e-handelspionjären boo.com gick i konkurs år 2000 pikades de för att de råkat missa den lilla detaljen att folk helst provar kläder innan de köper dem.

I kontrast till detta är lådan du får hem från Outfittery i praktiken ett provrum i miniatyr. De plagg du inte är nöjd med returneras utan kostnad. Med hjälp av snabba, smidiga leveranser flyttas därmed hela shoppingupplevelsen in i ditt eget sovrum. En affärsmodell som i många



**Kit4kids tjänst går ut på att låta svenskar som reser med småbarn fortsätta ha tillgång till de blöjor, den barnmat och annat som de använder hemma i Sverige även i utlandet.**



#### **SÅ VILL SVENSKARNA HA SIN LEVERANS**

- Tre av fyra tycker det är viktigt att få välja hur en vara levereras.
- Val av utlämningsställe kan driva ökad e-handel.
- Konsumenterna förväntar sig allt snabbare leveranser.
- Leverans till utlämningsställe är oftast förstahandsvalet.

**Källa:** PostNord, Konsumentmakt i e-handelsleveransen, maj 2015.

segment underlättats av nya leveranstjänster som tydligare kan specificera vilket klockslag ett paket levereras, samt möjligheten att hantera returer genom att de hämtas upp hemma hos kunden.

Intresset för att testa nya produkter på ett enkelt sätt är i dag stort. PostNords undersökning "DR-Monitorn 2014" visar att 26 procent av alla konsumenter skulle

vilja ha fler varuprover hem i brevlådan.

Och upplevelsen att få en julklapp levererad en gång i månaden kan även

omfatta inköp av mindre glamorös karaktär. Med hjälp av personlig service,


kirurgisk tonträff, smarta leveranser och något så simpelt som snygg paketering har kreativa företag lyckats göra det roligare att köpa allt från rakhyvlar och toapapper till hundmat och blöjor.

I många av dessa fall handlar det om att sälja bekvämlighet som en vara i sig: att kunna släcka ner den del av hjärnan som funderar på vad som saknas i skafferi- eller badrumsskåpet.

**HÄR HAR SVENSKA** Kit4kids lyckats plöja upp en unik nisch genom att komma på vad de själva saknade i sina egna liv. Deras onlinetjänst går ut på att låta svenskar som reser med småbarn fortsätta ha tillgång till de blöjor, den barnmat och annat som de använder hemma i Sverige även i utlandet. I stället för att man ska behöva packa dem i resväskan levererar Kit4kids varorna direkt till hotellet på den aktuella destinationen.

– Vi är själva småbarnsföräldrar och har rest mycket med barn. Således har vi även upplevt problematiken med att packa dessa extra kilon, och att jaga rätt på likvärdiga lokala produkter på plats, vilka många gånger inte bara är sötade och parfymerade utan dessutom betydligt dyrare än här hemma, säger Fanny Forsell som tillsammans med Malin Tikkakoski grundat Kit4kids.

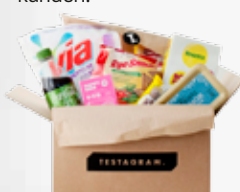
För PostNords e-handelsspecialist Arne



## Leverans som affärsidé

5 svenska företag som har leveransen som kärna i sin affärsidé.


**TESTAGRAM**  
För 100 kronor i månaden prenumererar du på en box hem till dörren, där du inte vet vilka produkter som ingår. Övriga lockar kunden.



**POSTKAKAN**  
Idén om postkaka började 1998 när Posten utlyste en riksomfattande tävling om att skicka en bakad kaka via posten. Bo Sundström vann tävlingen med sin postkaka och öppnade därefter tjänsten att kunna skicka postkakor via postkakan.se. Från konditoriet i Husum skickas kakor/tårter till över 70 länder.

**OUTNORTH**  
Outnorth utmanar idén om vad du kan skicka med post. De levererar nämligen längdskidor direkt hem till dörren. På sajten uppger du vikt, längd och alla andra parametrar som kan vara avgörande.

**KNIVBREV**  
Du får hem knivskydd och kuvert med posten. Skickar in dina knivar och får tillbaka knivarna slipade – inom 48 timmar.



**ANIMAIL**  
Skandinavien största djurbutik på nätet skickar djurfoder hem till dörren – dag, kväll och med 2-3 timmars leveransfönster. Dessutom kan du få leverans utan kvittens (du behöver alltså inte ens vara hemma) med möjlighet till retur direkt hemifrån.



Andersson är det ingen överraskning att tjänster av det här slaget nu slagit igenom på bred front.

– Enkelhet och bekvämlighet är två starka drivkrafter för att handla på nätet. Kan man då prenumerera eller låta någon annan välja ut relevanta produkter just för en själv så är det många som tycker det är både tidsbesparande och bekvämt.

Men Arne tror inte nödvändigtvis att denna andra våg av e-kommers kommer underminera fysiska butiker.

– Jag är en stark förespråkare av sömlös handel, där kunden ska ges valfrihet att handla när och var som helst. Troligen kommer båda alternativen att finnas för olika handlare.

**EN SAK ÄR** dock klar: logistikens guldålder har bara börjat. Enligt Arne Andersson

# 26%

av alla konsumenter skulle vilja ha fler varuprover hem i brevlådan.

Källa: DR-Monitor 2014

befinner sig fortfarande så kallad dropshipping – att återförsäljaren vidarebefordrar beställningar från kund direkt till tillverkaren i stället för att hålla sig med ett eget lager – i sin linda. Samtidigt utvecklas nya, spännande tjänster för att trimma själva leveranserna.

Apples onlinebutik har precis inlett ett pilotprogram i San Francisco tillsammans med startup-företaget Postmates för att

börja räkna leveranstider i timmar snarare än dagar.

I New York har Amazon redan lanserat Prime Now, en app som låter kunderna välja mellan att betala motsvarande 70 kronor för att få sina produkter levererade inom en timme – eller få dem gratis inom två.

**LIKT AMAZON** experimenterar dessutom både Google och DHL med drömläveranser som ska kunna hyvla ner samma tider till omkring 30 minuter.

Och som vanligt är det bara en tidsfråga innan de mest framgångsrika lösningarna sprider sig från Kalifornien och Manhattan till din egen hallmatta.

Även om du kanske inte behöver oroa dig för någon alkoholhaltig nederbörd riktigt än. ■

Du kan ladda hem Du&Co:s samtliga fem Moderna företaget-guider på [postnord.se/foretagsguide](http://postnord.se/foretagsguide)

Jim Messina från guide #3.

MED "VÅRDA DIN KUND" HAR VI NÅTT DEN FEMTE OCH SISTA DELEN I DU&CO:S SERIE "DEN TOTALA GUIDEN TILL DET MODERNA FÖRETAGET". TOTALT 55 FULLSPÄCKADE SIDOR MED TIPS OCH INSPIRATION FRÅN "BYGG DITT FÖRETAG" TILL "VÅRDA DIN KUND". VILL DU TA DEL AV NÅGON AV DE TIDIGARE DELARNA SÅ HITTAR DU DEM PÅ [POSTNORD.SE/FORETAGSGUIDE](http://POSTNORD.SE/FORETAGSGUIDE).

# DEN TOTALA GUIDEN

FOTO: MAGNUS LIAM KARLSSON

## DELAR I SERIEN:



### 1. BYGG DITT FÖRETAG

**För dig som:** vill ta steget och bli etablerad.

**Innehåller:** allt från USP till digitala fallgropar.

Kanske är ditt företag ett år nu, men du är fortfarande fast i uppstartsfasen. Du vill börja lyfta blicken och ta nästa steg. Börja då här. Denna del innehåller bland annat tips om hur du kickstartar din affärsplan, säljer in din idé, skapar en riktig USP, sänker dina räntor, mobilanpassar din sajt och kommer i gång med export.



### 2. VÄX!

**För dig som:** vill utvecklas till någonting större.

**Innehåller:** allt från finansiering till ledarskap.

Det sägs att det finns en regel för allt levande som lyder: "Allt som inte växer, dör så sakteliga.". Att vi alltid rör på oss, antingen framåt eller bakåt, i en positiv eller negativ spiral. Denna del innehåller bland annat tips om hur du tar in nya pengar i företaget, hur du rekryterar, motiverar medarbetare, förpackar rätt samt exporterar i Europa.



### 3. MARKNADSFÖR DIG

**För dig som:** vill kommunicera och synas.

**Innehåller:** allt från målgruppsanalys till mätning.

Börja inte i fel ände. Det är ganska vanligt. Du skapar en produkt och tänker sedan: "Dags att marknadsföra produkten.". Börja i stället med att identifiera en målgrupp och ett behov, skapa en produkt som tillfredsställer behovet och kommunicera sedan detta. Då blir allt mycket lättare. Denna del innehåller bland annat tips om analyser, nyhetsbrev, sociala medier, känslor, budskap, mätning och direktreklam.

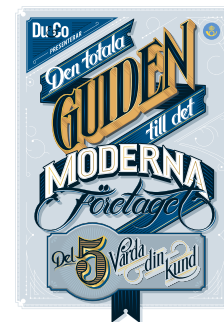


### 4. SÄLJ BÄTTRE

**För dig som:** vill få en stabil försäljning.

**Innehåller:** allt från pris-sättning till erbjudande.

Du är inte en säljare – du är en leverantör. Du säljer inte något till en kund, du hjälper denne med ett problem eller med att nå ytterligare framgång. Denna del innehåller bland annat tips om säljsamtal, prispsykologi, omnichannel, crowdfunding, rabatter och de fyra magiska orden.



### 5. VÅRDA DIN KUND

**För dig som:** vill få återkommande kunder.

**Innehåller:** allt från kundinsikt till leverans.

Tar du inte hand om din kund så kommer din konkurrent att göra det. Kundvård är antagligen den bästa investering du kan göra i ditt företag. Denna del innehåller bland annat tips om undersökningar, logistik, kundservice, omnichannel och ambassadörer.

# Lätt... Lättare... Lättast...

## SVERIGES ABSOLUT LÄTTASTE BOKFÖRINGSPROGRAM

Lättare program finns inte!!

- Du behöver inte ens känna till det där med Debet & Kredit!



**Bokföring • Fakturering**  
**Artiklar • Kunder • Leverantörer • Inventarier**  
**- Allt i samma program -**

**10 års succé med UNI\_BAS bara fortsätter! 1.000-tals nya kunder varje år!**

### Pris 800:-

abonnemangsavgift 60:- kr per månad tillkommer

Utbyggbart med offerthantering, orderhantering, valutahantering, lagerredovisning, strukturlager, avtalsfakturering, strökundshantering etc. etc. etc..

Hämta **gratis demo** från vår hemsida  
<http://www.unicell.se>

# Hjälp oss att hålla Sverige rent

Skräp skadar, skräp kostar pengar och skräp skapar otrygghet. Helt i onödan. Hjälp oss i kampen mot nedskräpningen genom att lämna ett bidrag på vårt 90-konto, PlusGiro 90 02 81-7

Mer om oss och vårt arbete hittar du på [www.hsr.se](http://www.hsr.se)



# GÅ PÅ DEJTT

**MED ETT  
STARTUP**

>>>

En dejtingapp för nystartade företag och investerare.  
Så föddes tanken bakom appen AngelR.

TEXT OSKAR HAMMARKRANTZ FOTO SAMUEL UNÉUS



# Smartare handel



Det bästa av två världar med fysisk butik och e-handel i samma system.

## starweb

E-HANDELSLÖSNINGAR

040 - 60 20 900 [www.starweb.se](http://www.starweb.se)

>>> **I**dén till AngelR föddes ur problemet med att hitta investerare. De fem unga studenterna på Handelshögskolan i Stockholm, Camilla Lundin, Simon Lidén, Oscar Hentschel, Vendela Liliestråle och David Gabor, hade tillsammans utvecklat en dejting-app. För att ta appen vidare från idé till verklighet behövde de kapital och började söka investerare.

– Vi upptäckte hur svårt det är att hitta rätt investerare och kontakta dem när man själv inte har ett utbyggt kontaktnät. Och det var lika svårt för potentiella investerare att hitta oss, säger Camilla Lundin.

I stället började de fundera på hur man skulle underlätta kontakten mellan startups, alltså nystartade företag, och sugna investerare.

– Det fanns eller finns ingen liknande lösning som kartlagt alla startups i Norden och presenterar dem för investerare.



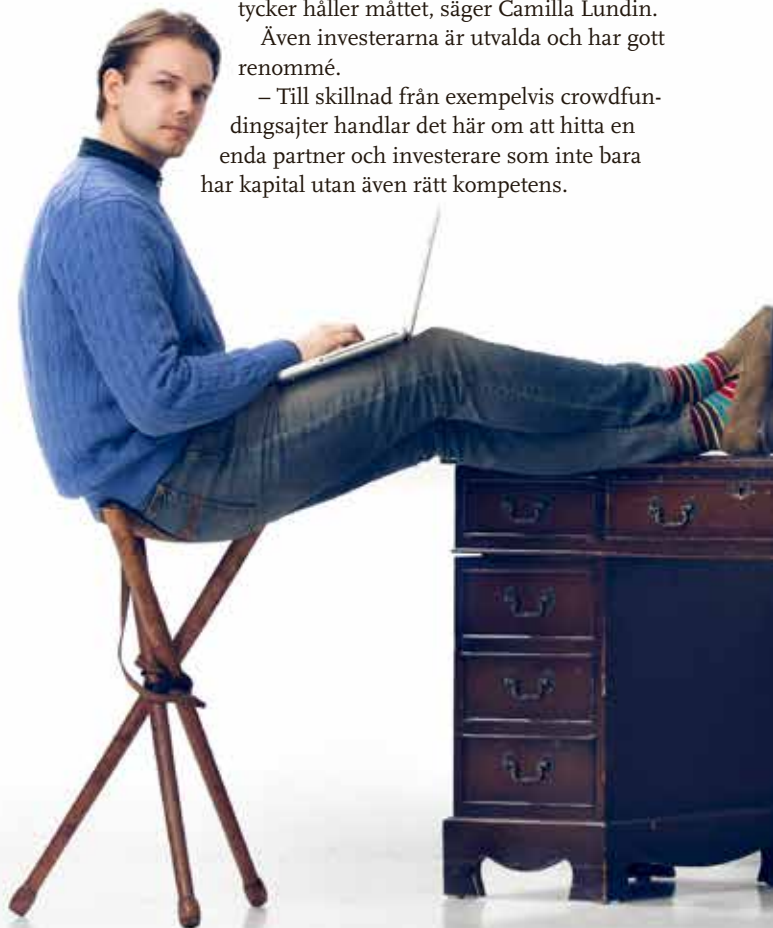
**RESULTATET BLEV ANGELR**, en mobilapp, där investerare enkelt kan bläddra mellan startups som söker kapital och expertis. Enkelt uttryckt skulle man faktiskt kunna kalla även det här för en dejtingapp, men mellan idé och investering, att matcha rätt startup med rätt kompetens.

I dagsläget är cirka 25 investerare anslutna till appen och drygt 40 olika startups, många inom tekniksektorn.

– Vi har handplockat lovande startups, sådana vi tycker håller måttet, säger Camilla Lundin.

Även investerarna är utvalda och har gott renommé.

– Till skillnad från exempelvis crowdfunding sajter handlar det här om att hitta en enda partner och investerare som inte bara har kapital utan även rätt kompetens.



Just nu finns en betaversion av AngelR ute, den skarpa versionen släpps i App Store och Google Play efter sommaren. Det första året är tjänsten gratis och därefter införs en premiumvariant för betalande, ungefär som för LinkedIn.

Så har gänget bakom AngelR själva använt sin egen app för att hitta kapital och kompetens till appen?

– Nej, vi har fått förfrågningar från investerare, men än så länge väljer vi att köra själva, säger Camilla Lundin.

## 5 TIPS FRÅN CAMILLA LUNDIN

### Så bedömer du om ett startup är värt att investera i

– Teamet bakom kan ibland nästan vara viktigare än själva idén. Kolla upp att företaget är registrerat och att de betalar skatt – det är en bra början för att se om det är seriöst. Kolla också om de sökt och lyckats få publicitet för sin idé eller produkt, något som ger en fingervisning om att de är på rätt väg.

### Håll koll på juridiken

– När man startar ett bolag är det viktigt att få hjälp med juridiken så att man kan fokusera på det man är bra på, själva kärnverksamheten. Vi har exempelvis tagit in Northlaw som partner.



DU&CO 2-2015



Vi finns på sociala medier!



# Gå med i Sveriges största a-kassa för småföretagare!

➔ Med SMÅA vågar du satsa på ditt företagande.

Bli medlem på [www.smakassa.se](http://www.smakassa.se)

**SMÅA**  
SMÅFÖRETAGARNAS A-KASSA



# DET ÄR EN SJUK VÄRLD VI LEVER I. DITT FÖRETAG KAN GÖRA DEN FRISKARE. BLI FÖRETAGSVÄN NU.

Som företagsvän skänker du och ditt företag mellan 10 000 och 100 000 kronor per kalenderår. Pengar som går till att göra en sjuk värld friskare.

Ni får också tillgång till vår Företagsvänlogga, ett diplom och en mailfot. På så vis kan ni visa era anställda och kunder att ni bidrar till en friskare värld.

Tack för det stöd ni kan ge.



## BLI FÖRETAGSVÄN OCH BÖRJA RÄDDA LIV REDAN IDAG.

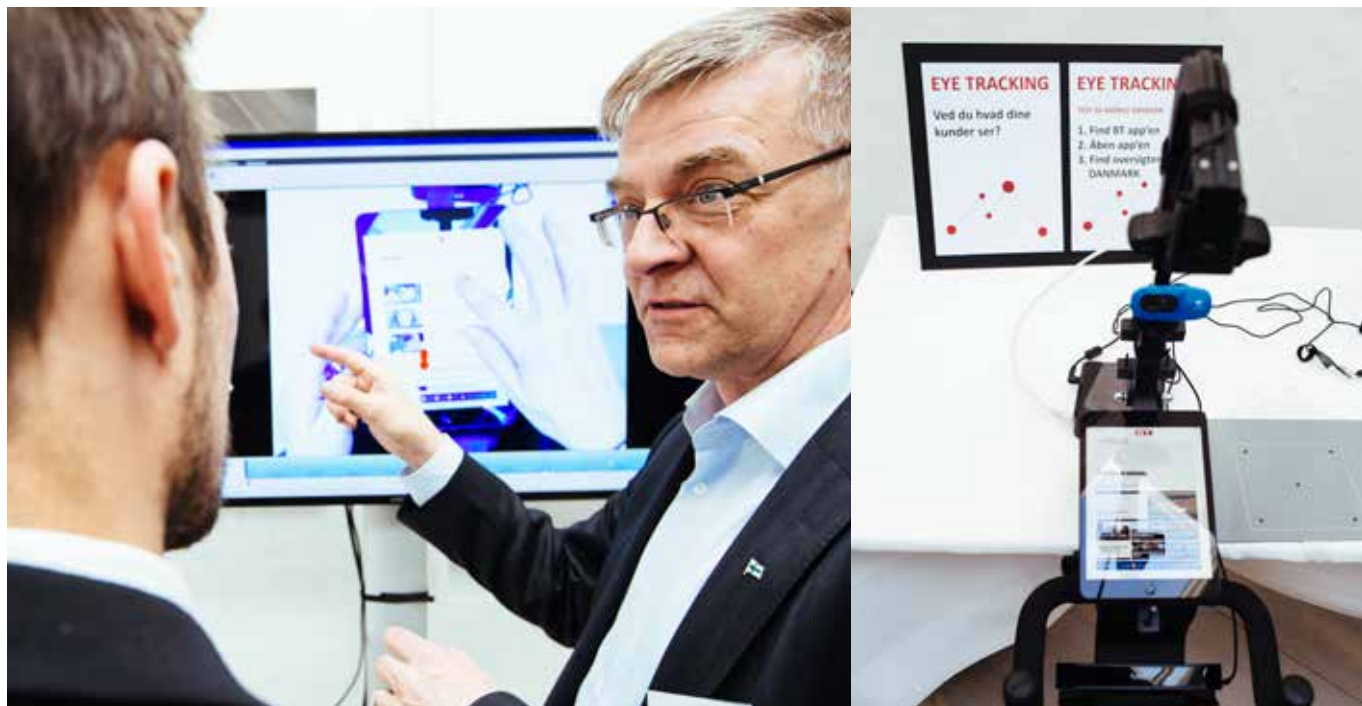
Kontakta oss på telefonnummer  
**010-199 32 69** eller maila på  
**foretag@lakareutangranser.se**

Bankgiro 900-6032  
Plusgiro 90 06 03-2

**90** SVENSK  
KONTO INSAMLINGS  
KONTROLL



**MEDECINS SANS FRONTIERES**  
**LÄKARE UTAN GRÄNSER**



Pekka Suomi, project director på Strålfors, visar hur deras system fungerar. Några exempel på vad som kan analyseras med eye tracking: fakturor, marknadsmaterial, appar, annonser, hemsidor, förpackningar och hyllplacering i butik.

# Blicken säger mer än tusen ord

Är reklamutskicket tillräckligt effektivt? Ser kunderna all viktig information i webbutiken? Är varorna rätt placerade i butikshyllan? Med en eye tracking-analys kan du få svaret.

**DET LÅTER OCH** ser ut som science fiction – åtminstone när testpersonerna använder så kallade eye tracking-glasögon. Men eye tracking, eller ögonstyrning, är en etablerad och användbar teknik.

I dagligvaruhandeln är eye tracking en populär metod bland annat för att undersöka effekten av produkters placering på butikshyllan eller rabattkupongers genomslag beroende på färg, form och placering. I dessa sammanhang får kunderna ha eye tracking-glasögon på sig under en shoppingtur i en matbutik. Glasögonen registrerar allt som kunden tittar på samt hur länge. Retail Academics är

**FRÅN SKÄRM TILL BUTIKSHYLLA**  
Eye tracking kan användas för att analysera alla typer av kommunikation, från trycksaker och information på skärm till hemsidor och fysiska produkter i butikshyllan.

ett av de analysföretag som använder sig av eye tracking i butikstester:

– Eye tracking är så nära vi kan komma att krypa in i kundens huvud, eftersom det mäter ögonens rörelser samtidigt som det filmar kundens synfält. Det ögonen ser är en kritisk förutsättning för att någonting ska bli köpt, säger Johan Pfeiler, affärsanalytiker Retail Academics.

Minst lika viktigt är det förstås att ha koll på detta i en webbshop. PostNords dotterbolag, Strålfors, har arbetat med eye tracking sedan 2010 och har under åren gjort analyser på ett 90-tal kunder. Flera av uppdragen handlar

om att analysera kundernas webbplatser för att optimera placeringen av information, produkter, priser och erbjudanden.

– Eye tracking är en bra analysmetod för att ta reda på hur effektiv en webbplats, en broschyr eller till och med en faktura är, säger Pekka Suomi, project director på Strålfors.

## NÄR STRÅLFORS GÖR

en eye tracking-analys får en testgrupp på minst 16-20 personer titta på en datorskärm, mobiltelefon eller surfplatta med det material som ska analyseras. Under datorskärmen och ovanför mobiltelefonen eller surfplattan, sitter eye tracking-utrustningen. Den skickar ut IR-ljus som reflekteras av testperso-

nens ögon. Kameror registrerar det reflekterade ljuset 60 gånger per sekund

och sparar varje registrering som en koordinat för ögats placering. – Ett tydligt exempel är att vi människor har en tendens att stanna upp längre vid bilder på ett ansikte. Därför kan det vara bra att placera viktig information som pris och liknande nära ett ansikte på webbplatsen eller trycksaken.

– Det bästa med eye tracking är att det är så tydligt, visuellt. Kunden kan enkelt se vem som har sett ett visst budskap i en viss kanal och vad som är missat. Det kan bidra till att förbättra kundkommunikationen, reducera inkommande samtal till kundtjänst och öka försäljningen, säger Pekka Suomi. ■

**40%**  
Så mycket fick Storbritanniens VA-bolag, Southern Water, ner samtalen till kundtjänst efter att ha analyserat sina fakturor med eye tracking (den genomsnittliga kostnaden för ett samtal i kundtjänst är 2,48 pund).



Johan Pfeiler, affärsanalytiker Retail Academics.



”Vi lever på landet och skickar våra blonsterlökar till andra ställen runt om i Sverige. Det hade aldrig fungerat utan en fungerande logistik,” säger Bo och Anita Jägenstedt.

# Lökigt på landet

En dröm, ett intresse och en affärslucka var det som krävdes för att starta e-handel för trädgårdsfantaster. Men för att driva den krävdes leveranssäkerhet. I dag lever Bo och Anita Jägenstedt av vad jorden ger dem. Bokstavligt talat.

**UNDER VÅREN 2011** bestämde sig makarna Bo och Anita Jägenstedt för att satsa på sin dröm. Året därefter köpte de hem en test-sändning med 5000 dahlior från Holland som de sålde slut direkt under hösten samma år.

Sedan dess är e-handelssajten bulbs.se det drivande navet i verksamheten. Trädgårdskunniga Anita sade upp sig från sitt dåvarande arbete i skolan och Bo, som tidigare hade arbetat som marknadschef och affärsman, gjorde detsamma bara ett år senare, för att satsa allt krut på e-handeln.

– Vi tyckte att de vi köpte själva var av så dålig kvalitet att vi ville förbättra utbudet, säger Bo.

En dröm och en ledig plats på marknaden alltså. Men för att driva e-handel krävs ju att logistiken fungerar. Makarnas gård, där även företaget huserar, ligger en bra bit utanför Gränna. Nuförtiden kommer sändningar med lökar till dem varje dag, samtidigt som posten tar med sig brev och paket med företagets leveranser tillbaka in till tätorterna – och ut på landet igen.

– **DETTA ÄR JU** verkligen e-handel i sin vidaste bemärkelse. Vi lever på landet och skickar våra blomsterlökar till andra ställen runt om i Sverige. Det hade aldrig fungerat utan en fungerande logistik. Vi har ju stora

lastbilar här varje dag, säger Bo Jägenstedt.

De har valt att vara extremt nischade och inte sälja några andra produkter än blomsterlök.

– Det är det så många andra som gör. Vi satsar i stället på att hålla extremt hög kvalitet inom ett extremt smalt segment, säger Bo.

Nu sätter den intensiva säsongen i gång igen, när alla knölar ska köpas för att sedan stoppas ner i jorden.

– Nu har vi mycket att göra, säger Bo.

Och precis därefter utbrister han:

– Vänta, nu kommer det en storlast till här, jag måste lägga på, säger han.

Det måste vara det ultimata tecknet på att vintertiden definitivt är över. Tidigare fanns det möjlighet att förbereda inför det nya sortimentet för året, samt jobba med bilderna till hemsidan och med bokföringen. Nu ska allt ske under en väldigt kort period. Så är det att vara entreprenör, egenföretagare och – e-handlare. ■

# Glöm B2B och B2C. Nu är det business to hackspett som gäller.

Vi på Naturskyddsföreningen vill göra världen bättre. Vi vill bland annat se till så att värdefulla naturskogar inte avverkas. För när flera hundra år gamla skogsområden huggs ned då slutar saker och ting fungera som de ska. Djur- och växtlivet rubbas och många arter, inte minst fåglar såsom den vitryggiga hackspetten, får svårt att överleva.

Därför påverkar vi politikerna till att skärpa lagarna och fatta vettiga beslut, vi väcker debatt och opinion och vi slår hål på gamla myter om att Sverige är ett land fullt med levande gamla naturskogar. För så är det tyvärr inte längre.

Men allt vi gör kostar pengar. Därför behöver vi ditt företags stöd. För ju fler vi blir desto större förändring kan vi åstadkomma. Och tillsammans kan vi se till att Sverige år 2020 är ett land fullt med levande skogar. Gå in på vår webbplats för att läsa mer. Där hittar du fler projekt som går att stödja, till exempel Giftfria förskolor, Förnybar energi eller en Rättvis värld.

Bli stödföretag:  
[naturskyddsforeningen.se/foretag](https://naturskyddsforeningen.se/foretag)



## 5 STEG

# som tar dig närmare din kund

Från marknadsanalys till uppföljning av resultat. Så hjälper PostNord det moderna företaget hela vägen.

### ANALYS OCH MÅLGRUPP

**1** I analysfasen gäller det att bygga en stabil grund som ska lyfta hela din kampanj. PostNords e-handelsanalys hjälper företagen att hitta nya kunder och att lära sig mer om befintliga. Den gör det också möjligt att se var i landet som folk köper vad. Genom att bli mer exakt i sitt urval kan man skapa effektivare kommunikation och satsa extra på områden där det verkligen lönar sig.

#### Exempel på analystjänster:

- E-handelsanalys samt Branschurval e-handel
- Områdesanalys
- Kundanalys
- Transaktionsanalys
- Svartsanalys
- Workshopar och specialanpassade analyser

### DIREKTMARKNADSFÖRING

**2** Lika viktigt som att sälja till nya kunder är att de köper av just dig. Att utforma direktreklam så att den inspirerar är en konst i sig. Men det räcker bara halvvägs. När konsumenter får ange vilka källor som är viktiga vid köp kommer Google och jämförelsesajter först, följt av goda råd från vänner. Det visar att man måste tänka omnichannel och möta kunden överallt hela tiden. Därför blir en mix av digitala och fysiska kanaler helt avgörande.

#### Tjänster som hjälper dig nå fram till rätt kunder:

- Adresserad direktreklam ADR
- Oadresserad direktreklam ODR
- Sökordsoptimering
- Sökordsannonsering
- Reklamfixaren



## Så gjorde Fyndiq

E-handelsföretaget Fyndiq har låtit PostNord segmentera hela kundbasen, och har därigenom skaffat sig mer kunskap om vilka deras kunder är, vilka medievänor de har och hur stor deras köpkraft är.

– Vi upptäckte till exempel att flera av våra stora kundgrupper var husvagnsägare. Detta gjorde att vi letade upp den ledande campingsajten, camping.se, och sedan dess har vi en bannerannons där. Produkterna som marknadsförs där är de produkter som vi kommit fram till är överrepresenterade vid köp inom dessa kundsegment. Vi hade aldrig kommit på idén att annonsera brett mot just campare utan denna analys, säger Fredrik Norberg, grundare av Fyndiq.

ERIK ARDELJUS



NICKE JOHANSSON

## Så gjorde Lion Alpin

Researrangören Lion Alpin skickade ut ett magasin med katalogslag (så kallad magalog) där de inspirerade och presenterade sina resmål. De adderade sedan en undersökning av PostNord och Sifo för att lära sig om målgruppen, samt en sökords-satsning kopplad till nyckelord i katalogen. Detta var ord som kompletterade de sökord de normalt använder, bland annat

var det "Bamrabatt till 18 år". Sökorden fick effekt. Användarna hittade till Lion Alpins webbsida och klickade på annonser kopplade till sökorden. De sålde 1,5 gånger mer än året innan. De följde även upp kundernas resa genom att låta skidguiderna på resmålen fota besökarna och via tjänsten Riktiga Vykort skicka vykort hem till dem som ett minne och ett tack.

## FYLL PÅ I BUTIK

**3** Konsumenterna har "allt här och nu" som ett grundkrav. De vill ha tillgång till aktuella varor, service direkt och återkoppling i realtid vilken kanal de än väljer. Då gäller det att allt är på plats. En tom hylla i butiken eller ett rött kryss i webbshoppen betyder kundtapp. Omnichannel retail ställer krav på att både information och produkter ska vara tillgängliga på rätt plats i rätt tid.

### Så här kan PostNord hjälpa dig klara utmaningarna:

- Skräddarsydda distributionslösningar.
- Snabb lagerpåfyllning med precision.
- Flexibilitet i kapacitet.
- Tredjepartslogistik.



## Så gjorde Kicks

Kicks, Nordens ledande kosmetik kedja, har bland annat en mobilapp där konsumenten exempelvis kan skanna en tom förpacknings streckkod för att beställa en ny produkt. I varje fysisk butik i Sverige och Norge finns minst en Ipad där kunderna kan se produktinnehåll, betyg och omdömen om en produkt samt beställa en vara online om den skulle vara slut i butiken.

PostNord hanterar flödet till e-handelskunderna i Sverige. Konsumenten kan själv välja mellan att hämta sitt paket i någon av Kicks fysiska butiker, hos ett PostNord-ombud eller få varan levererad hem i brevlådan.

## LEVERANS OCH RETUR

**4** Konsumenten vill själv bestämma hur och när en vara ska levereras – till hemmet, till en butik eller till ett service-ställe. Och de flesta vill att det går fort. När konsumenter ska ange vilka egenskaper som är viktigast när de väljer webbutik kommer fri frakt, fri retur och öppet köp högt på listan. De som tänker omnichannel erbjuder kunden att köpa via en kanal och returnera via en annan. Att få ihop det pusslet kräver mycket av logistiken.

### Så här kan PostNord hjälpa dig leva upp till kundernas förväntan:

- Stora flöden till butik.
- Enskilda leveranser till konsument via butik, hem, till serviceombud.
- Leverans till arbetsplatser.
- Från bud, express till nästa dag.
- Allt från paket till hellaster.
- Flexibla leveranstider (Natt, Morgon, FM, EM).
- Aviseringslösningar före, under, efter leverans.
- Kundenpassade returlösningar.
- Integrerad leverans och retur.

## Så gjorde Animail

Animail är Sveriges största djurbutik på nätet. När det gäller framför allt djurfoder har de skräddarsytt sin leverans till kunderna. Tillsammans med PostNord erbjuder de Hempaket både dag och kväll med ett leverans-fönster på 2-3 timmar. De erbjuder också Hempaket utan kvittens. Då levererar de varorna till kundens adress och ställer dem utanför dörren. De har också Hempaket Retur, en tjänst med returhantering direkt från konsumentens hem.



## UPPFÖLJNING

**5** När ledtiderna blir allt kortare, kundresponsten allt snabbare, informationsflödet alltmer transparent finns det ingen tid från det att en kampanj tar slut till nästa start. Den stora utmaningen blir att samla information, analysera den och agera i ett konstant flöde för att ständigt finjustera dina marknadsaktiviteter, din logistik och ditt möte med kunderna.

### Så här kan PostNord stötta dig i den löpande uppföljningen:

- Effektmätning.
- Svartsanalys.
- Transportanalyser.
- Gemensamma utvecklingsprojekt.
- Fortlöpande förbättringsarbete av er transportlösning.

**Gå 2 betala för 1!**

**Ta med en kollega på en av dessa utbildningar utan extra kostnad. Erbjudandet gäller till 31 augusti.**

### Ekonomi för icke-ekonomer, 2 dagar

Stockholm 6-7 oktober | Göteborg 26-27 oktober  
Stockholm 3-4 december

Du lär dig tolka och analysera ekonomisk information och får en förståelse för de ekonomiska sambanden. Du kan också på ett bättre sätt kommunicera med specialister inom området.

### Ekonomi för chefer, 2 dagar

Stockholm 10-11 november  
Göteborg 26-27 november

Du lär dig läsa och dra slutsatser ur ekonomiska rapporter och blir bättre på att analysera verksamheten ur ett affärsinriktat perspektiv.

### Att läsa och förstå bokslut, 2 dagar

Göteborg 2-3 november

Du lär dig att läsa och förstå ett bokslut och kommer kunna läsa "mellan raderna" vad som står i resultat- och balansräkningen för att kunna tolka och värdera bokslutet på rätt sätt.

Läs mer om utbildningarna på: [www.taurusekonomi.se](http://www.taurusekonomi.se)

 **Taurus Ekonomiutbildning**  
EKONOMISTYRNING I PRAKTIKEN



## ”Vi vill visa att vi är aktiva”

Västkost Fastigheter både marknadsför sig och vårdar kunder med hjälp av Reklamfixaren.

**VÄSTKUST FASTIGHETER** förmedlar privatbostäder, kommersiella fastigheter, fastighetsbolag och gårdar och mark i nordvästra Skåne. Marknadsföring är en viktig del av mäklarnas vardag, eftersom uppmärksammade sålda objekt lockar områdets boende som går i försäljningstankar. På Västkost Fastigheter skickar man ut vykort på senast sålda fastigheter. Att göra vykortet i Reklamfixaren ger företaget flera fördelar.



**Henrik Gustafsson.**

– Vi producerar vårt material själva och i Reklamfixaren har vi friheten att utforma vykortet som vi vill. Samtidigt är det ett bra pris. Vi använder även Reklamfixaren när vi skickar julkort till alla som vi haft kontakt med under året, berättar Henrik Gustafsson, mäklare på Västkost Fastigheter.

Ett av mäklarfirmans områden där många potentiella kunder finns är Ängelholm. Henrik har kontakt med många boenden där som uppmärksammat utskicken. Då utskicken inte är kopplade till erbjudanden och rabatter kan det

vara svårt att mäta direkt resultat, men enligt Henrik är gensvaret från de boende ett bra första steg.

– Vi har fått gott resultat eftersom vi vill visa att vi är aktiva även för de som inte vill sälja. Och de som jag pratat med i området har uppmärksammat utskicken, säger han.

Han tycker att Reklamfixaren är något som andra företagare bör använda, oavsett vad de vill marknadsföra.

– Instruktionerna är enkla och nu med den uppdaterade versionen kommer man snabbare till skott. Dessutom finns det inga abonnemangskostnader som belastar ekonomin. ■

### GUIDE TILL REKLAMFIXAREN

Läs om hur du ska använda Reklamfixaren på bästa sätt i nummer 1/2015, sidan 70. Tidningen finns också som pdf på [postnord.se](http://postnord.se)

KULORNA  
SOM KRÄVS  
FÖR ATT  
LYFTA  
AFFÄREN ?

Öka försäljningen i din butik och webshop.  
Läs mer och hitta din betallösning på [sveawebpay.se](https://sveawebpay.se)

**SVEA**  
EKONOMI

**unionen**  
EGENFÖRETAGARE

**0 KR**  
i 3 månader

Värde 1.125 kr exkl moms.  
Gäller inte om du redan är  
medlem i Unionen.

Eventuell a-kassavgift tillkommer. Läs mer på [unionen.se/egenforetagare](http://unionen.se/egenforetagare)

Dessutom ca

**50%**

resten av första året om  
du nyligen har eller tänker  
starta eget. Värde 1.674 kr  
exkl moms.

# Inkomstförsäkring.

## När ditt jobb är ett helt företag.

Är ditt jobb ett helt företag? Gå med i Unionen Egenföretagare så får du skräddarsydda tjänster och förmåner som ger dig extra stöd och trygghet som företagare. Till exempel ingår vår inkomstförsäkring som kompletterar a-kassan och gör att du totalt kan få upp till 80% av tidigare inkomst om du skulle bli arbetslös.

Det innebär en trygghet som gör att du vågar satsa lite hårdare på din affärsidé. Som egenföretagarmedlem får du också bland annat affärsjuridisk rådgivning, bidrag till kompetensutveckling och förmånliga erbjudanden på till exempel en sjukvårdsförsäkring. Läs mer och bli medlem direkt på [www.unionen.se/egen](http://www.unionen.se/egen)



Läs mer och bli medlem direkt  
[www.unionen.se/egen](http://www.unionen.se/egen)