

Ica-handlarna är en av vinnarna

2007-05-17

Handeln måste våga tänka i nya banor när det gäller e-handel, skriver Lars Knapasjö, projektledare Österåkers lanthandelscenter och Nomadiz.

I Icanyheter (nr 18) kunde vi läsa att Tescos näthandel omsätter 13,5 miljarder kronor per år och genererade en vinst på 760 miljoner kronor. Längre fram i tidningen berättas om en HUI-undersökning som visar att näthandeln i Sverige totalt omsätter 11,8 miljarder kronor - en ökning med 32 procent från 2005 och motsvarande 2,5 procent av den totala detaljhandeln.

Men när det gäller dagligvaror är e-handeln i princip obefintlig. Enligt HUI beror det på att handeln inte vet hur varudistributionen ska kunna lösas på ett kostnadseffektivt sätt. När Österåkers lanthandelscenter startade för ett par år sedan var grundtanken att verksamheten skulle bli självbärande genom en samverkan med den kommunala hemtjänsten kring deras inköpsbistånd. Hemtjänstens manuella inköpsmodell kostar ofta mer än 300 kronor per inköp, medan den så kallade matonline-modellen som LHC nyttjar ligger på mindre än 150 kronor per inköp.

Med Vingåkers kommuns 80 biståndstagare (9 200 invånare) blir det en besparing på drygt 625 000 kronor per år vartill kommer möjligheten till hemsändningsbidrag för utförd inköpsprestation. Det kommer att innebära att LHC i stort sett blir ekonomiskt självbärande och utbildad personal kan få ägna sig åt vård och omsorg i stället. I en kommun fem gånger så stor (45 000 invånare - 400 biståndstagare) blir effekten 6-7 miljoner kronor per år i uthållig kostnadsbesparing eller vinst.

Den här modellen för e-handel passar inte bara i en samverkan med den kommunala hemtjänsten. Den passar alldeles förträffligt för den Icahandlare som vill attrahera företagssektorn med ett B-2-B-koncept eller som vill konkurrera om köpkraften hos storhushållen eller som vill etablera en samverkan med den växande hemservicesektorn.

På Icas 90-årsjubileum berättade en av aktörerna på scenen om den lilla gossen som sade till sin lärare att han inte var dum i huvudet - han hade bara otur när han tänkte. Precis så är det med den som inte tror att e-handeln kommer att expandera, för att inte säga explodera när tiden är inne. Det handlar om att tänka i nya banor och att våga se möjligheter där andra ser svårigheter. Att reagera och agera medan andra fortfarande funderar.

Kalkyler visar att alla kan tjäna på matonline-konceptet. Nöjda kunder brukar resultera i nöjda handlare. Investeringarna är generellt små och kan räknas hem på synnerligen kort tid. Tillväxtpotentialen är stor eftersom du inte behöver ha kunden fysiskt i butiken, utan virtuellt på din hemsida. Systemet tar hand om allt från returförpackningar till rabattkuponger. Så varför tveka?

Lars Knapasjö

Projektledare Österåkers lanthandelscenter och Nomadiz