



Bygma

Når E-handel skal være en personlig oplevelse

Markedet for byggematerialer har længe handlet om at køre en tur i det lokale byggecenter, som traditionelt har haft sit eget varesortiment og egen prissætning. De traditioner ville Bygma gøre op med for at komme med i den skarpe digitale konkurrence. Opgaven var klar: Strømme over 50 fysiske butikker og få flere kunder over på nettet.

Bygma er en gammel og traditionel virksomhed, som sælger byggematerialer fra fysiske butikker. For bare tre år siden da Jacob Breinholst blev ansat i Bygma som E-handelschef, havde de kun en lille webshop med salg til private, som ikke var integreret med resten af virksomheden. Det var ikke kun Bygma, der manglede det digitale fokus. Det gjaldt hele branchen " VVS og el-branchen er 20 år foran os, og langt over 50 pct. af deres ordrer kommer ind via en online kanal. Der var vi slet ikke", siger Jacob Breinholst.

Derfor skulle den digitale del af Bygma integreres med resten af virksomheden. Det betød blandt andet, at digitale tiltag og løsninger skulle spille sammen med de fysiske butikker. Første skridt var at få stort set samme sortiment i alle butikker. Dernæst skulle medarbej-

derne i de fysiske butikker vendes til, at kunderne nu kunne bestille deres varer på nettet, og en time efter skulle de stå pakket og klar til afhentning i butikken. "Det var personalet ikke vant til, så pludseligt skulle vi sætte processer op for hele ordreflowet", siger Jacob Breinholst.

Det mest centrale punkt i hele processen for Jakob og hans team var dog at få en e-handelsløsning op at stå, der kunne servicere både Bygmas privatkunder, erhvervs-kunder og et separat salg af arbejdstøj. Derfor investerede Bygma i en løsning, som består af tre webshops. Med denne løsning er det muligt for Bygma stadig at kunne tilbyde deres erhvervs-kunder de samme rabataftaler, som når de handler i butikkerne.

Sidst men ikke mindst skulle løsningen give kunden en unik og personlig betjening hver gang, de handler på nettet. "Det vigtigste er at holde fokus på kunden, så det ikke kun handler om prisen på nettet, men at den personlige relation online, gør at kunderne vælger os frem for konkurrenterne. Får de ikke en personlig relation til Bygma, så handler det kun om pris, og for os indeholder en god handel meget mere end kun pris", afslutter Jacob Breinholst.