

Petter Granberg, Smarthem

# ”Jag tror på att vara seriös”

**F**örsta signalen som möter besökaren på Smarthems hemsida är den framåtlutade Pricerunnersymbolen och rubriken ”Många nöjda kunder!”.

Det är ett medvetet val att lyfta fram det beröm som Smarthem har fått för sin e-handel.

– Det finns så många nätbutiker som inte sköter sig och har missnöjda kunder, och vi har märkt att vi får mycket mejl från nöjda kunder, så då vill vi nå ut med det, säger Petter Granberg, en av delägarna i Smarthem.

Han är en av tre bröder som även driver ett familjeföretag för handikappprodukter i femte generationen. År 2004 påbörjades en ny satsning i den lilla koncernen där ursprungsidén var smarta lösningar för hemmet som alla skulle kunna ha glädje av, därav namnet Smarthem.se.

Smarthem inriktar sig i dag framför allt på inredning till bad, kök och tvättstuga och finns bara på Internet, vilket betyder lägre kostnader för försäljning, lagerhantering och administration.

Många kunder har traditionellt varit tveksamma till att handla just badrums- och köksprodukter på nätet, men Smarthem har ändå lyckats fördubbla försäljningen för varje år sedan företaget startade hösten 2004.

– En anledning till det tror jag är att vi bara jobbar med kända svenska varumärken.

**VI TAR ENDAST** in produkter från seriösa leverantörer som vi sedan kan ha ett nära samarbete med för att på så sätt kunna garantera kvalitet och leveranssäkerhet till våra kunder. Det tror jag gör att kunderna känner sig trygga, trots att det handlar om stora produkter som kunderna tidigare ville se i verkligheten innan de handlade, säger Petter Granberg.

Att övertyga kunderna om att detta är en bra nisch för näthandel har inte varit den enda utmaningen. Även leverantörerna har i vissa fall varit tveksamma.

## FAKTA

www.smarthem.se

**Startade år:** 2004.

**Antal anställda:** 7

**Omsättning:** 12,2 miljoner kronor (2007).

**Resultat:** + 436 000 kronor.



**Betalningslösningar:** Hade från början kortbetalning, avbetalning och direktbetalning via Internetbank. Många kunder efterlyste faktura, så nu har Smarthem kompletterat med detta.

**Distribution:** Kunden ska ha varorna inom 2–5 dagar om de finns i lager. Erbjuder fri frakt inom Sverige.

**Marknadsföring:** Det är väldigt lätt att ödsla pengar på vad som helst i början. Man måste finnas på rätt platser på nätet, och enda sättet att veta är att hitta de platser där ens målgrupp håller till, satsa där och sedan följa upp och mäta effekten av marknadsföringen. Smarthem har också satsat på marknadsföring i tidningar, radio och TV4.

– En del har vi fått förhandla länge med för att få till försäljningsavtal för nätförsäljning. Många har varit rädda för vad andra återförsäljare ska säga och att försäljningen uppdelad per region mer eller mindre försvinner. Men det är fri konkurrens och alla kan om de vill starta försäljning via nätet. Vi har dock full förståelse för de leverantörer som inte väljer att finnas med i vårt sortiment, men över 5 000 unika besökare per dag ger en oerhört bra marknadsföring för de produkter och leverantörer vi väljer att visa, säger Petter Granberg.

Han poängterar att priset inte alltid är den viktigaste faktorn för att lyckas som e-handlare.

– Det dyker alltid upp någon som är billigare, så är det i alla branscher. Det är inte bara priset man konkurrerar med, det är även mycket viktigt att sköta kundrelationer och arbetet efter försäljning. Jag tror på att vara seriös. Att alltid lösa de problem som dyker upp för kunden. Då vågar de komma tillbaka och handla igen. ♦

