



Hubbar nästa steg för hämtskåpen

Andelen mat inköpt via nätet fortsätter att växa – och mest växer e-handel med upphämtning i butik eller via hämtskåp. I takt med ökad e-handel och större krav på flexibilitet från kunderna kommer fler leveransalternativ att behövas framöver, vilket ställer helt nya krav på logistiken. Nu väntar nästa steg, så kallade hubblösningar – möjligheten att hämta sina kassar vid olika knutpunkter. Det visar en ny undersökning framtagen av Retail technology-företaget StrongPoint.

Enligt en ny undersökning gjord av YouGov på uppdrag av Retail technology-företaget StrongPoint, uppger nu 14% av alla svenskar mellan 18-74 år att de regelbundet handlar mat på nätet. Idag väljer majoriteten av nätmatskunderna fortfarande hemleverans, men cirka var tredje kund som handlar på nätet väljer numera att hämta sin mat via någon click and collect-lösning. Det vill säga man beställer på nätet, men hämtar sin mat på annan plats, vanligen i anslutning till matbutiken.

I takt med att såväl ökad flexibilitet som hållbarhet hamnar allt högre upp på agendan inom e-handeln, kommer nya krav från konsumenterna på nya logistiklösningar. ”Hämta var du vill, när du vill och hur du vill” är vad allt fler förväntar sig: enligt undersökningen uppger 24% att möjligheten att själv få välja när man får eller kan hämta upp sin mat som ett av de viktigaste kriterierna vid val av nätmatsleverantör. Det är till och med viktigare än en snabb leverans.

Cirka var tredje kund som handlar sin mat på nätet är enligt samma undersökning ganska eller mycket intresserad av hämtskåplösningar. Helst ser de hämtskåp i anslutning till hemmet, antingen utanför huset eller i gemensamt utrymme i fastigheten. Det är nära 80% av dem ganska eller mycket intresserade av.

Cirka varannan ser gärna att hämtskåpen står i anslutning till butiken. Helst skall den då stå utomhus. Runt var tredje uppger att de är intresserade av någon slags ”hubblösning”, dvs ett hämtskåp placerat vid en knutpunkt där många människor rör sig, till exempel vid infartsparkeringar och bensinstationer.

– *Kunder idag vill ha val eller i alla fall upplevda val, även om de väljer samma sak varje gång. Gissningsvis spelar hämtskåpen en viktig roll här och jag tror att vi kommer att få se en utveckling mot en 50/50-fördelning mellan hemleverans och hämtskåp, säger Svetlana Kolesova, forskare inom marknadsföring och konsumentbeteende vid Center for Retailing vid Handelshögskolan i Stockholm*

– *Vi har tidigare sett att några av våra internationella kunder satsat på hubbar, alltså att placera ut hämtskåp på platser där det rör sig mycket människor, till exempel i shoppingcenter och vid större kontors- och bostadskomplex. Nu har vi tagit de första stegen även i Sverige i och med Willys pilotprojekt med Circle K, med mobila hämtskåp vid bensinstationer. Jag är övertygad om att vi kommer att få se en hel del spännande lösningar på området framöver, kommenterar Amanda Cremon, marknadschef på StrongPoint*

Fakta om undersökningen:

Undersökningen är genomförd av det globala undersökningsföretaget YouGov på uppdrag av StrongPoint. Under perioden 8-10 november 2019 genomfördes sammanlagt 1016 CAWI-intervjuer med ett riksrepresentativt urval av män och kvinnor i åldern 25-74 år.

För mer information, vänligen kontakta:

Amanda Cremon, marknadschef StrongPoint, 070-941 67 87

Om StrongPoint | www.strongpoint.com

StrongPoint skapar ökad produktivitet för europeiska handlare genom att tillhandahålla innovativa, integrerade butiksteknologiska lösningar förankrade i långvariga relationer med kunder och partners. StrongPoint är också marknadsledande inom IBNS-lösningar för Cash-In-Transit samt producent av etiketter för kunder i Norge och Sverige. Vårt team står redo att leverera professionell service och konsulttjänster med 525 anställda i Norge, Sverige, Baltikum, Frankrike, Tyskland, Spanien och Ryssland. StrongPoint har sitt huvudkontor i Rælingen i Norge och är noterat på Oslobörsen (ticker: STRONG).