

NYHETER (/HEM)

E-handlarens nya servicekoncept: "Vi vill inte bara sälja en produkt"

Det ökade intresset för cykling i den digitala eran skapar nya möjligheter. Ett exempel är e-handlaren Bikesters samarbete med Mioo som gör det möjligt för kunden att boka servicetjänster för sin cykel. Genom att kombinera tjänsten med Bikesters erbjudande får kunden i stort sett samma tjänst som hos en traditionell cykelhandlare, säger Tomas Grönqvist, vd och grundare på Mioo.

ANNONS:



PUBLICERAD IGÅR 15:32 TEXT: HELEN PREUTZ (MAILTO:HELEN.PREUTZ@HAKONMEDIA.SE)

Sedan årsskiftet erbjuds Bikesters onlinekunder ett tillval i form av slutmontering i samarbete med Mioo.

– När du köper en cykel online från oss är den monterad och genomgången på lagret och skickas i en kartong. Det sista du behöver göra är att slutmontera den. För den som vill ha det enkelt och smidigt kan de välja till tjänsten, berättar Jakob Schenström, head of bike i Norden på Bikester.

Kunderna har även möjlighet att teckna ett serviceavtal med Mioo som inkluderar däckbyte, lagning av punktering, service och försäkring till ett fast månadspris.

– Målet är att skala till 12 nya städer och fyra nya marknader. Vi har byggt appen och strukturen på global nivå vilket gör det enklare att skala. Därför är det extra intressant med Bikester eftersom de finns på många marknader, säger Tomas Grönqvist, vd och grundare på Mioo.

Bikester är en del av ett tyskt bolag med nätbutiker runt hela Europa och har funnits online i Sverige sedan 2013. Sedan i fjol finns även en fysisk butik i Sickla utanför Stockholm.

– Vårt mål är att bli en ledande aktör i Norden genom att vara tillgängliga fysiskt och digitalt, säger Jakob Schenström.



Jakob Schenström, head of bike i Norden på Bikester.

Läs mer: Bikester lanserar servicepartnernätverk – vill bli rikstäckande (/nyhet/bikester-lanserar-servicepartnernatverk-vill-bli-rikstackande)

Enligt Jakob Schenström gör samarbetet med Mioo det möjligt att bygga en långvarig relation med kunden.

– Vi vill inte bara sälja en produkt. Du ska leva med din cykel under lång tid och den behöver tas omhand och servas. Då är det jättebra att det finns aktörer som Mioo.

Mioo erbjuder enklare cykelservice på en adress som kunden själv väljer. Tjänsten bokas via en app och utförs av servicekunniga "bike buddies" i närheten. Sedan starten i Stockholm 2019 har den använts av över 10 000 personer och lanserades nyligen i London.

Pandemin har tveklöst gynnat cykelhandeln som, oavsett kanal, har fått ett enormt uppsving.

– Saken sätts på sin spets eftersom det är så många som börjat cykla. Samtidigt blir produkterna mer och mer avancerade, vilket ökar efterfrågan på duktiga och professionella människor som kan hjälpa kunderna, säger Jakob Schenström.

Förutom samarbetet med Mioo är Bikester i färd med att bygga ut sitt nätverk av servicepartners med målet att skapa ett heltäckande nätverk i Norden.

– Vi tittar på många sätt att göra våra kunder ännu nöjdare.

Tomas Grönqvist upplever en kraftigt ökad efterfrågan på cykelservice, vilket skapat en nisch för Mioos tjänster.

– Service blir ett eget skrä. Vår position är att samexistera med befintliga aktörer inom cykelservice. Vi agerar mer 1177 och tittar på de ärenden som är enklare. Samtidigt kommer behovet av riktigt bra cykelreparatörer att öka ju mer komplex cykeln blir, säger han.



Tomas Grönqvist, vd och grundare på Mioo.

Läs mer: E-handlaren öppnade butik när coronakrisen bröt ut: "Vi har lyckats slå målen" (/nyhet/e-handlaren-oppnade-butik-nar-coronakrisen-brot-ut-vi-har-lyckats-sla-malen)

Enligt Jakob Schenström kommer framtidens cykelhandel att drivas av ökad digitalisering i kombination med fler smarta tjänster. Det kräver nya plattformar så som Stripe för att enkelt hantera betalningar från kund till Mioo och i det här fallet "bike buddies".

– Kunden lär sig nya beteenden och tjänster inom andra branscher som spiller över till cykelbranschen.

Samtidigt tror han att avståndet mellan den digitala miljön och den fysiska kommer att minska.

– Ena sekunden är man i en fysisk miljö och nästa i en digital miljö och man förväntar sig att kunna röra sig sömlöst mellan dem.

Tomas Grönqvist tror att segmenteringen inom cykelhandeln kommer att öka.

– I dag förväntas en cykelhandlare sälja alla typer av cyklar och kunna allt om dem, men vår spaning är att man kommer att bli mer specialiserad i takt med att produkterna blir mer avancerade.

SAMMA ÄMNE:

SPORT OCH FRITID (/NYCKELORD/SPORT-OCH-FRITID) |

TJÄNSTEFIERING (/NYCKELORD/TJANSTEFIERING) | BIKESTER (/VARUMARKEN/BIKESTER)