

# Upplevelser online är nästa stora grej

Holländska Hema's senaste kampanj på nätet (<http://producten.hema.nl/>) gör mig så otroligt glad därför att den liksom illustrerar möjligheterna med det som vi idag kallar e-handel.



Hema's kampanj.

Vi går in på en näthandelsplats som ser högst ordinar ut och som sedan förvandlas till något helt annat... en upplevelse!

För att verkligen inse nätets möjligheter för retail så måste vi lämna ordet e-handel bakom oss. Vi måste gå vidare från elektroniska transaktioner med lägsta pris som största fördel och istället föreställa oss hur internet utvecklas framöver.

År 2020 kommer vi att ha datorer som är flera hundra gånger mer kraftfulla än de vi har idag. Vi kommer att vara konstant uppkopplade i trådlösa nätverk med megabandbredd. Näthandel kommer då vara så mycket mer än bara transaktioner och kommer också att kunna leverera starka upplevelser.

Vill man bli inspirerad i hur detta kommer att te sig så kan man titta på spelmarkanden och de virtuella miljöer som utvecklas här för att ge spelare än så 'verklig' upplevelse som möjligt. Här finns avancerade grafiska världar som i t.ex World of Warcraft. Kompetensen att skapa dessa världar finns alltså redan, men idag är det inte något man förknippar med ICA, Åhléns eller H&M. Men tänk tanken! En virtuell butik där du som kund kan vända och vrida på produkter, läsa på förpackningen, få idéer genom hur produkterna exponeras, precis som i en 'riktig' butik.

Chanel har tagit ett steg i denna riktning med sin Chanel Mademoiselle kampanj där vi via webben kan besöka och

uppleva hur mademoiselle Chanel bodde i Paris. Ljud och bild bidrar till att skapa känslan av att vi nästan är där. Vi får ta en promenad genom den grandiosa våningen och får samtidigt lära oss någonting om de olika objekt som finns där.

Ett annat intressant exempel som ger en indikation om vart vi är på väg är MyDeco.com som nyligen har lanserats i Storbritannien av Martha Lane Fox och Brent Hoberman som startade Lastminute.com en gång i tiden. MyDeco är tänkt att fungera som en personlig inredningsexpert på nätet. MyDeco erbjuder hjälp med alla de steg som ingår i att inreda ett hem: Idéer, planering, praktiska tips och inhandling av produkterna. Här kan jag se inspirationsbilder, ladda upp en bild på mitt eget sovrum och sedan testa olika färger och tapeter på väggarna, fylla rummet med möbler från de olika leverantörerna och med ett klick köpa rubbet.

Snart blir MyDeco också en 'community' och en mötesplats. Inredningsintresserade kommer att kunna utbyta tips och idéer online. Detta är ytterligare en dimension i hur nätet som handelsplats kommer att utvecklas, genom social interaktion. Under 2008 kommer vi att se fler handlare som förstår hur social nätverksteknologi såsom Facebook fungerar och kan användas för att föra likasinnade konsumenter närmare varandra.

Mer en bara elektronisk handel alltså. Framtidens näthandel blir upplevelsebaserad och vägen dit går genom att ta in ny typ av kompetens i e-handelsteamet, integrera web i butikskonceptutvecklingen och generellt korsbefrukta mellan olika kompetensområden.



**Mikaela Dyhlén**  
Omvärldsanalytiker på BVD