

sumisura.com

Altid velklædt

TESTPILOT- PROJEKT SUMISURA.COM

Indhold

Introduktion	3
Formål	3
Metode.....	3
Resultater	4
Konklusion.....	12

Introduktion

Den ægte og usminkede sandhed, var hvad vi ledte efter hos sumisura.com, da vi i forsommeren 2009 spurgte 100 almindelige forbrugere om deres vurdering af deres herreskjorter.

Hos sumisura.com synes jo selv, at vi sælger "Danmarks bedste jobskjorte", men er også klar over, at vi som virksomhed hurtigt kan komme til at forherlige vores egne produkter.

Som ren online virksomhed, har vi samtidig en del udfordringer, både i forhold til at få formidlet skjortekvaliteten ud over pc-skærmen, men også at vi ikke i samme grad som en normal detailbutik har face-to-face kontakt med vores kunder og derved ikke får den umiddelbare feedback.

Formål

Formålet med testpilotprojektet har været for sumisura.com at få forbrugerens detaljeret vurdering af de skjorter, der sælges hos sumisura.com, prisfastsætning, hjemmeside samt input til hvordan skjorter og hjemmeside kan forbedres.

Metode

Sumisura.com annoncerede i et nyhedsbrev til 500 tilfældigt udvalgte emner efter testpiloter, herfra modtog sumisura.com 150 ansøgninger, hvorfra de 100 testpiloter blev udvalgt.

Ansøgning om at blive testpilot foregik ved, at ansøgeren udfyldte et spørgeskema på nettet.

Udvælgelseskriterierne af testpiloterne blev baseret på hhv:

- Geografi
- Alder
- Erhverv
- Skjorteønske

Skjortepiloterne skulle, inden de fik tilsendt en gratis skjorte, svare på en række spørgsmål om deres forbrugsvaner på nettet, hvad der henholdsvis kunne motivere og demotivere dem fra at handle online, hvor meget de normalt betaler for en skjorte og så fremdeles.

Efter testpiloterne havde afprøvet skjorterne over sommeren, blev de i slutningen af august bedt om at besvare et evalueringsskema.

Resultater

Ud fra henholdsvis det indledende spørgeskema samt evalueringsskemaet, er der udarbejdet et dataark.

Dataark baseret på indledende spørgsmål

- Spørgeskemaet indeholdte følgende spørgsmål
- Navn, e-mail, erhverv, alder, bopæl
- Hvor ofte bruger du skjorter?
- I hvilke sammenhænge bruger du skjorter?
- Sammen med hvilken anden beklædning bruger du skjorter?
- Hvilke kriterier er vigtige for dig, når du vælger skjorter?
- Hvad betaler du normalt for din skjorte?
- Køber du normalt selv dit tøj eller er det "din bedre halvdel", der tager sig af dette?
- Bruger du slips? Hvor ofte?
- Har du undertrøje under din skjorte?

- Hvilken slags undertrøje foretrækker du?
- Har du før handlet tøj på nettet?
- Mener du det skal være billigere at handle på nettet end butikker?
- Hvad kunne afholde dig fra at handle på nettet?
- Hvad kunne motivere dig til at handle på nettet?
- Vælg en skjorte

Resultater indledende spørgeskema

Aldersfordeling på testpiloterne

Alder	Personer
10-19	1%
20-29	15%
30-39	35%
40-49	37%
50-59	7%
60-69	5%

Geografisk fordeling på testpiloter

Geografi	Personer
KBH	34%
StorKBH	11%
Nordjæ	20%
Sjælland	4%
Fyn	2%
Jylland	26%
Udland	3%

Testpiloternes brug af skjorter

Hvor ofte bruger skjorter	Personer
1 dag/uge	4%
2-3 dag/uge	36%
Alle hverdage	44%
Alle dage	17%

Testpiloternes brug af slips

Hvor ofte bruger slips	Personer
1 dag/uge	36%
2-3 dag/uge	13%
Alle hverdage	7%
Aldrig	45%

Testpiloternes brug af t-shirts

Hvor ofte bruger undertrøjer	Personer
Ja	23%
Nej	42%
Nogle gange	34%

- 83% af testpiloter har handlet tidligere handlet på nettet
- 17% af testpiloterne har ikke handlet på nettet

I det indledende spørgeskema, er vores testpiloter blevet bedt om med egen beskrivelse henholdsvis at redegøre for hvad det kan afholde og motivere dem til at handle på nettet. Nedenstående data er således baseret på et ekstrakt af disse redegørelse:

Hvad kan afholde testpiloterne fra at handle på nettet

Afholde fra at handle på nettet	Prioriteteret rækkefølge
Feel, try and look	1
Hjemmeside , kommunikation og information	2
Sikkerhed site (primært betaling)	3
Pris	4
Intet	5
Handelsbetingelser, primært bytte garanti	5
Beværlige returvare procedure	6
Lang leveringstid	6
Ukendt brand/mærke	7
Leveringssikkerhed	8
Dårlig service	8
Leveringsomkostninger for dyre	8
Usikkerhed generelt	8
Manglende e-mærkning	9
Manglende direkte kontakt	10

Hvad kan motiverer testpiloterne til at handle på nettet:

Motivere for at handle på nettet	Prioriteteret rækkefølge
Pris	1
Convenience	2
Hjemmeside info niveau	3
Sortiment/udvalg	4
Sikker på kvalitet/pasform	5
Hurtig Leveing	6
Sikkerhed site	7
God Service	7
Gode tilbud	8
Feel, look and try	8
Nemt at returnere	8
Troværdighed/ry	8
Andre varer end normalt	9
Prøvet det før/kender produktet	10
Billig/Gratis levering	10

Følgende data er ikke offentliggjorte, som følge af personoplysningsloven, konkurrencemæssige hensyn eller relevans:

- Navn, e-mail, erhverv,
- Hvilke kriterier er vigtige for dig, når du vælger skjorter?
- Hvad betaler du normalt for din skjorte?
- Køber du normalt selv dit tøj eller er det "din bedre halvdel", der tager sig af dette?
- Bruger du slips? Hvor ofte?
- Har du undertrøje under din skjorte?
- Hvilken slags undertrøje foretrækker du?
- Mener du det skal være billigere at handle på nettet end butikker?
- Hvad kunne afholde dig fra at handle på nettet?
- Hvad kunne motivere dig til at handle på nettet?

Skjorter testet af testpiloterne

Der er testede følgende skjorter af testpiloterne.

Klassiske skjorter	Eksklusive skjorter
Brussels	Anaheim
Cambridge	Buenos A
Copenhagen	Grenoble
Dublin	Lima
Galway	Palma
Houston	Porto Torres
Kensington	Porto Vechio
Las Vegas	San Diego
Liverpool	Tuscany
London	Verona
Manchester	
Manhattan	
New York	
Paris	
Rio	
Rome	
Sacramento	
San Francisco	
Sevilla	
Tokyo	
Washington	
White Springs	

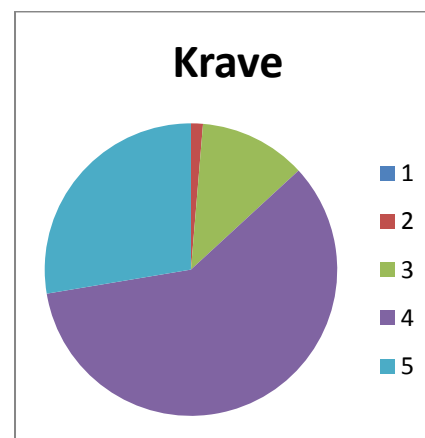
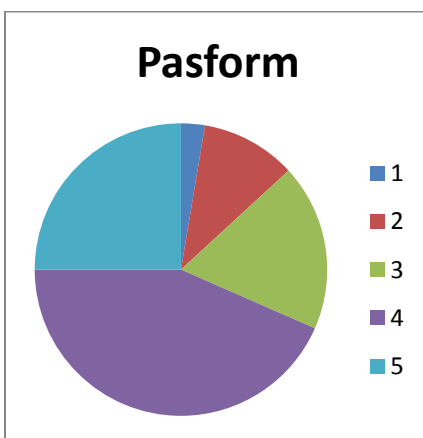
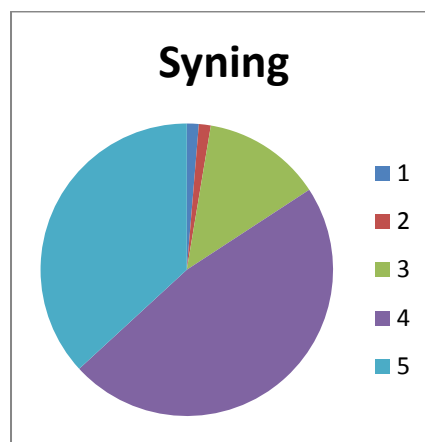
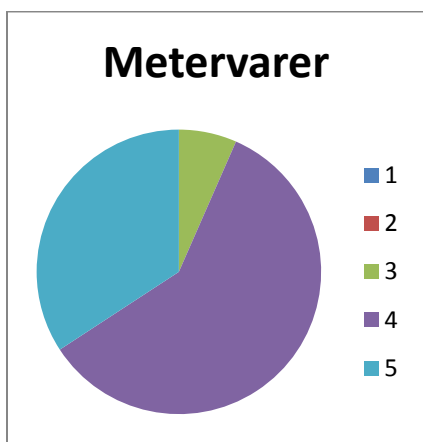
Dataark baseret på evaluering

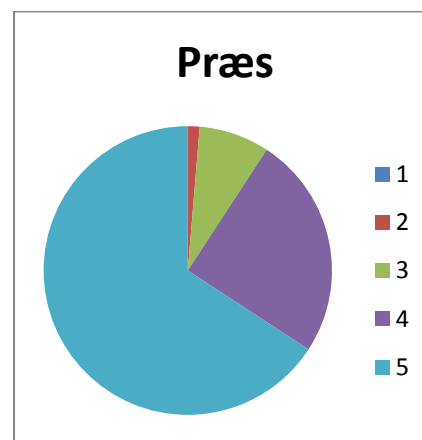
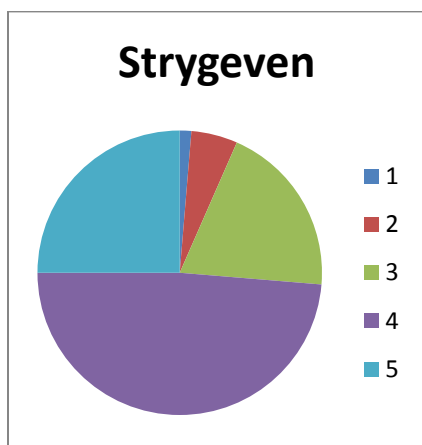
Skemaet indeholdte evalueringspunkter, som den enkelte testpilot blev bedt om at forholde sig til. Nedenfor en oversigt over de punkter som Testpiloterne blev bedt om at besvare:

Bedømmelse af din Sumisura testskjorte – hvor 5 er bedst og 1 er værst:

Metervarekvalitet – Sykvalitet – Pasform - Manchetter – Krave – Strygevenlighed - Indpakning og præsentation:

Testpiloterne evaluerede som følger:



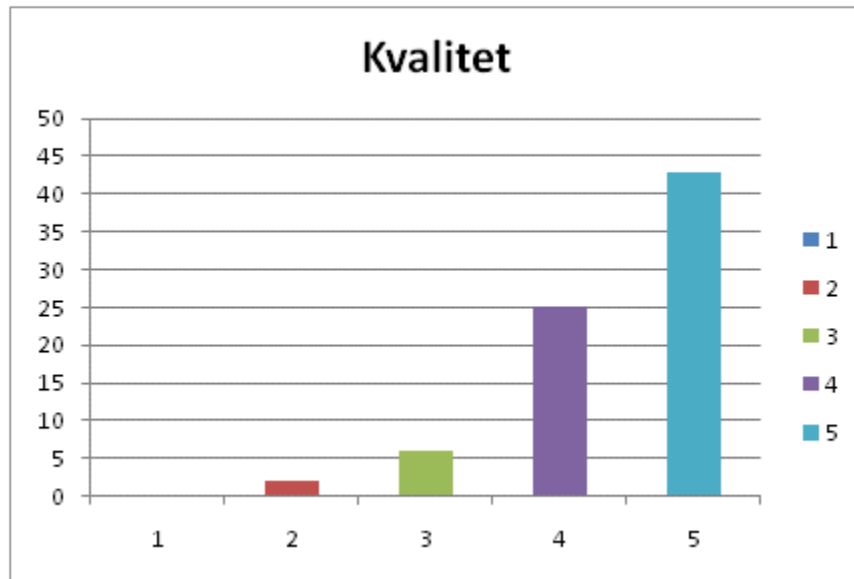


Vil du fremadrettet overveje at handle skjorter hos Sumisura?

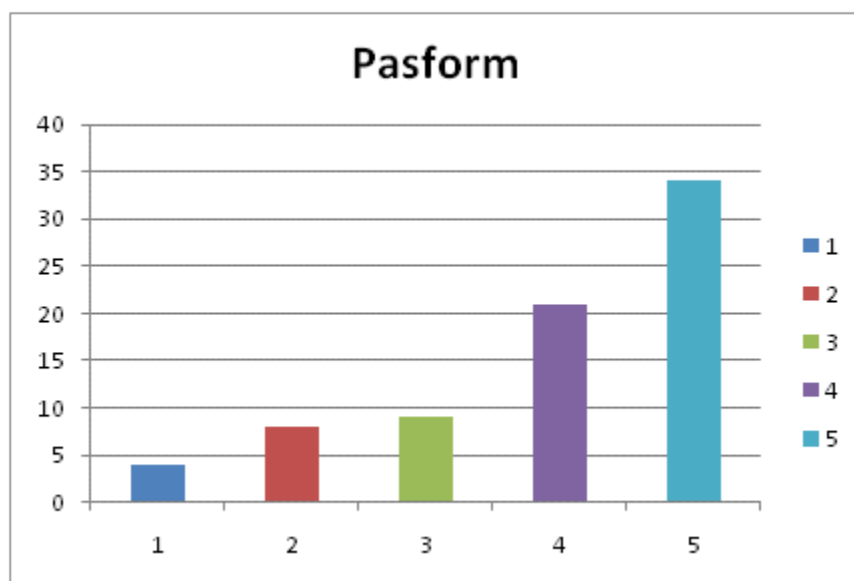
Vil du anbefale Sumisura til andre?

	Vil du handle igen I procent	Vil du anbefale I procent
Bestemt	37%	51%
Højest sand	37%	29%
Måske	24%	18%
Nej	3%	1%

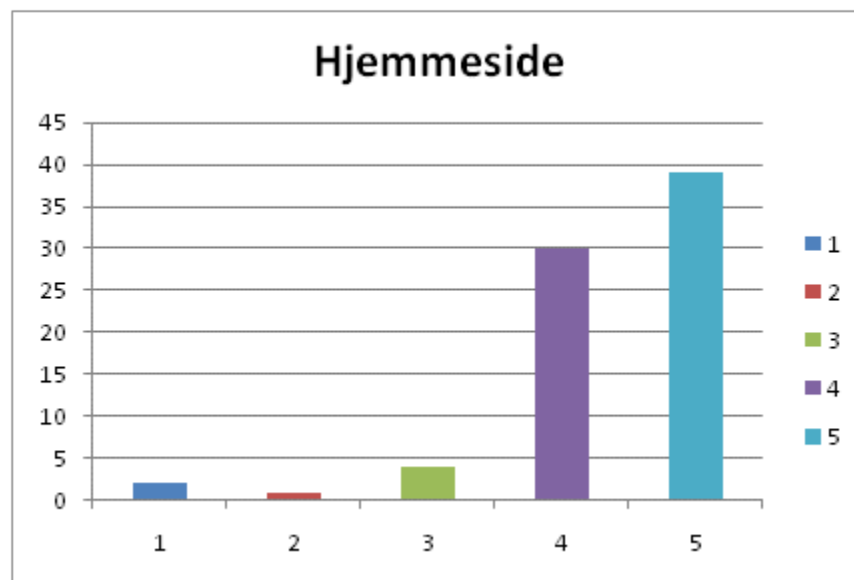
Jeg modtog den forventede kvalitet i forhold til det, der var beskrevet på ^{Altid velklædt} www.sumisura.com - hvor 5 er bedst og 1 er værst:



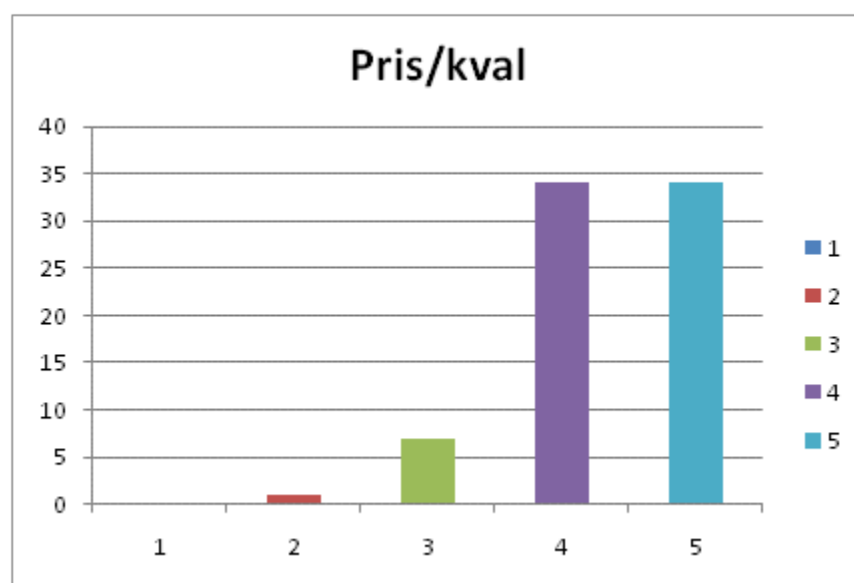
Jeg modtog den forventede pasform i forhold til, det der var beskrevet på www.sumisura.com - hvor 5 er bedst og 1 er værst:



Skjorten svarede til mine forventninger i forhold til de billeder, der var vist på www.sumisura.com - hvor 5 er bedst og 1 er værst:



Sumisuras pris er rimelig i forhold til kvaliteten - hvor 5 er bedst og 1 er værst:



Herudover indeholdte evalueringsskemaet spørgsmål som ikke offentliggøres her, som følge af personoplysningsloven, konkurrencemæssige hensyn eller relevans:

- Har du fulgt vaskeanvisninger på sumisura.com?
- Leveringstid: (bedømmelse af leveringstid udgår, idet leveringstiden til testpiloterne ikke afspejler den reelle leveringstid der er, ved bestilling via internet.
- Jeg modtog skjorten inden for den forventelig tid? – se ovenstående:
- Bruger I logoskjorter på din arbejdsplads?
- Er der mange, der bruger skjorter på din arbejdsplads?
- Vil vores firmaaftalekoncept blive taget godt imod, der hvor du arbejder?
- Nævn de væsentligste områder – hvis nogen - hvor du mener Sumisura kan forbedre sit produkt:
- Nævn de væsentligste områder – hvis nogen – hvor du mener Sumisura kan forbedre sin hjemmeside:
- Beskriv med egne ord, din mening om sumisura og det produkt, du har modtaget: (Her henviser vi til kundeudtalelser på hjemmesiden www.sumisura.com – som afspejler mange af de subjektive tilbagemeldinger vi har modtaget fra Testpiloterne.)
- Har dette pilotforsøg ændret din holdning til at handle på nettet?

Konklusion

Generelt er vi særdeles tilfredse med de resultater der fremkommer af Testpiloternes evaluering.

Det er detaljer på selve produktet, såsom manchetter, der muligvis skal korrigeres.

Ligeledes kan der være belæg for at overveje at udvide sortiment i forhold til pasform, evt ved at introducerer en slimfit model. Dog er det værd at nævne at 84% af testpiloterne har været tilfredse med pasformen og at dem der ikke var, henholdsvis efterlyste en mere kropsnær model og en mere løs model.

// Jeanette Borg d. 07-10-09