



Calzessa International bygger en onlinebutik baserad på IBM-teknik

Smidig kundservice med inköp, försäljning och marknadsföring i en komplett lösning

Översikt

Affärsutmaning

Calzessas grundare såg att det fanns en lucka på marknaden för damstrumpor och strumpbyxor i Sverige och bestämde sig för att starta ett företag med målet att erbjuda ett bättre produktutbud än konkurrenterna. Företaget avsåg att använda en onlinebutik som huvudsaklig försäljningskanal och behövde en IT-lösning som kunde hantera de viktiga processerna.

Lösningen

Calzessa samarbetade med konsulter från SolutionPlanet, en IBM® Business Partner, och utvecklade en komplett e-handelslösning med IBM® Collaboration Solutions-programvara. Lösningen, som nu är uppe i version 7, har vidareutvecklats och hanterar nu processer för inköp, försäljning och marknadsföring för onlinebutiker på fem språk och i flera olika valutor.

Calzessa International grundades år 2003 och har växt till att bli marknadsledande inom strumpor och strumpbyxor i Sverige. Företaget har dessutom expanderat internationellt till Finland, Danmark, Nederländerna och Storbritannien. Företagets framgångar bygger på förmågan att erbjuda ett mycket större utbud av strumpor, strumpbyxor, leggings, underkläder och relaterade produkter än de flesta konkurrenterna på dessa marknader.

Mats Ingelborn, företagets grundare och VD, förklarar: "Jag fick idén för ungefär 15 år sedan när jag försökte köpa några fina nylonstrumpor åt en flickvän. Jag började leta när jag var i Sverige, men till och med i specialistbutikerna var utbudet av stilar och färger extremt begränsat. Samma vecka åkte jag på affärsresa till London och fann att de flesta affärer där – till och med stormarknaderna – hade ett mycket bredare utbud. Det stod klart för mig att det fanns en lucka på den svanska marknaden och jag började fundera på att starta ett företag som kunde fylla den luckan."

Utforma ett nytt företag

Ingelborn utformade det nya företaget, som han gav namnet Calzessa, kring två grundläggande principer. För det första skulle det skilja sig från konkurrenterna genom att erbjuda ett så brett produktutbud som möjligt. För det andra skulle Internet vara företagets huvudsakliga försäljningskanal.

"Genom att enbart sälja online undviker detaljhandelns traditionella problemen – vi behöver inga dyrbara lokaler och vi kan locka kunder från hela världen", kommenterar han. "Lagerhantering och logistik blir också mycket enklare. Istället för att hålla en mängd produkter i lager i en massa butiker klarar vi oss med ett centralt lager varifrån vi skickar allting direkt till kunderna. Med den här strategin är det dessutom enklare för oss att erbjuda ett extremt brett utbud utan att behöva bekymra oss för vad som finns tillgängligt i varje individuell butik. Just nu har vi ungefär 460 stilar i olika färger och storlekar. Det är ett mycket större utbud än vad de flesta av våra konkurrenter kan erbjuda."

Som grund för onlineverksamheten behövde Calzessa en IT-plattform för själva webbplatsen samt hantering av företagets grundläggande affärsprocesser: inköp, lagerhantering, marknadsföring, försäljning, distribution, retur och kundservice.



Affärsfördelar

- Stöder en affärsmodell helt baserad på onlineförsäljning som uppvisat en årlig tillväxt på 30 procent sedan 2003.
 - Analyserar mönster i efterfrågan, ger prognoser för framtida försäljning och automatiserar inköpsprocessen, vilket minskar den manuella arbetsbelastningen och ser till att rätt produkter alltid finns tillgängliga.
 - Integrerat med sökmotorer och sociala nätverk på ett sätt som skapar marknadsföringskanaler och leder nya kunder till företaget.
-

”Att sälja kläder är mer komplicerat än andra produkter eftersom du måste kunna hantera lagerhållning i tre dimensioner: stil, färg och storlek”, säger Mats Ingelborn. ”Vi tittade på de paketslösningar för e-handel som fanns tillgängliga på marknaden men ingen av dem verkade kunna ge oss vad vi behövde. Det var då vi bestämde oss för att bygga en egen lösning.”

Ett nära samarbete

Calzessa valde att arbeta med SolutionPlanet, ett IT-konsultföretag och en IBM Business Partner med omfattande erfarenheter inom design och utveckling av webbplatser, intranät samt e-handelslösningar för kunder inom många olika branscher. Lösningen bygger på IBM Lotus Domino som ingår i IBM Collaboration Solution-portföljen och körs på Linux.

”Vi har ett nära samarbete med SolutionPlanet”, säger Mats Ingelborn. ”Lösningen som vi tillsammans utvecklade har varit mycket framgångsrik och vi har fortsatt att samarbeta med dem ända sedan lanseringen. Nu är vi inne på den sjunde versionen av webbplatsen och vi är ständigt på jakt efter nya sätt att förbättra den. En av de stora fördelarna med IBM Lotus Domino-plattformen är att den har ett bra stöd för JavaScript. Det gör det relativt enkelt att lägga till nya komponenter och webbtjänster när vi behöver dem. Säkerheten är utmärkt och lösningen är dessutom mycket tillförlitlig. Den bara går och går utan något större behov av underhåll.”

Vägen till framgång

Från att ursprungligen endast ha varit inriktad på den svenska marknaden har e-handelswebbplatsen www.calzessa.com nu växt till en webbplats med flera språk och valutor som stöder företagets finska, danska, nederländska och engelska verksamhet. Företaget har dessutom lanserat ett webbgränssnitt för mobilwebbläsare, en Calzessa-app finns redan för Android-telefoner och en app för iPhone-app är under utveckling. Under nio år har företaget växt med i genomsnitt 30 procent per år. Trots det har det fortfarande bara fem heltidsanställda.

”En anledningen till att vi kan arbeta effektivt med så få medarbetare är vår affärsmodell som är uteslutande onlineinriktad. Men det beror också på att Lotus Domino-lösningen automatiserar många av företagets viktigaste processer”, kommenterar Mats Ingelborn. ”Den har till exempel en inbyggd analysfunktion som hämtar data från aktuella och historiska beställningar och skapar försäljningsprognoser för den kommande månaden baserat på en algoritm. Prognoserna skickas till en chef för att godkännas. Därefter används de av systemet för att automatiskt beställa nya varor från våra leverantörer. Genom att använda en metod för hantering av affärsprocesser som omfattar hela kedjan från början till slut kan vi klara oss med ett minimalt antal medarbetare utan att kompromissa när det gäller kvalitet eller kundservice.”

Med hjälp av det analytiska verktyget kan företaget dessutom fatta bättre beslut om försäljnings-, marknadsförings- och affärsstrategi.

Komponenter

Mjukvara

- IBM® Lotus® Domino®

IBM Business Partner

- SolutionPlanet
-

“På Calzessa tror vi helt klart på den [IBM Smarter Commerce] filosofin. Med IBM-teknik och SolutionPlanets tekniska expertis har vi byggt en plattform som integrerar och förbättrar varje aspekt av vår verksamhet.”

— Mats Ingelborn, Grundare och VD, Calzessa

”I strumpbranschen är varmt väder den värsta konkurrenten”, säger Mats Ingelborn. ”Genom att analysera sambandet mellan försäljning och temperatur på olika platser vet vi exakt vilken effekt det har på vår verksamhet och det har i viss mån fungerat som rättesnöre för vår internationella expansionsstrategi. De marknader som vi i första hand koncentrerar oss på är Sverige, Finland, Danmark, Nederländerna och Storbritannien – så vi kan räkna med dåligt väder åtminstone ibland!”

Smidig integrering med sociala nätverk

I den senaste uppdateringen av lösningen fokuserade Calzessa på integrering med sociala nätverk som Facebook, Twitter och Tumblr samt bättre stöd för verktyg för sökmotorannonsering som Google AdWords.

”När vi lanserade webbplatsen hittade många kunder till oss ryktesvägen eftersom vi snabbt blev kända för vårt goda utbud och som en tillförlitlig leverantör”, förklarar Mats Ingelborn. ”Vi ser sociala nätverk som ett sätt att göra det lättare för kunderna att sprida vårt goda rykte ännu längre och i praktiken låta dem sköta vår marknadsföring åt oss.

Han sammanfattar: ”IBM:s Smarter Commerce-strategi är baserad på idén att genom att integrera alla aspekter av företagets verksamhet – inköp, marknadsföring, försäljning och kundservice – kan företaget ge slutkunderna bättre och smidigare service samtidigt som den interna verksamheten effektiviseras. På Calzessa tror vi helt klart på den här filosofin. Med IBM-teknik och SolutionPlanets tekniska expertis har vi byggt en plattform som integrerar och förbättrar varje aspekt av vår verksamhet.”

Om SolutionPlanet

SolutionPlanet är ett IT-konsultföretag som fungerar som inkubator för nya idéer och lösningar. SolutionPlanet har omfattande erfarenhet av programutveckling för webb samt mobila klienter och kan hjälpa kunder att definiera, utveckla och implementera lösningar med beprövade och respekterade tekniker. Genom att kombinera teknik med öppen källkod och teknisk expertis har SolutionPlanet punktligt levererat effektiva och robusta lösningar åt kunder i en mängd olika branscher utan att spräcka budgeten.

Om du vill veta mer om SolutionPlanet produkter, tjänster och lösningar kan du besöka www.solutionplanet.com



SolutionPlanet

För mer information

Om du vill veta mer om SolutionPlanet produkter, tjänster och lösningar kan du besöka ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_commerce/overview/



© Copyright IBM Corporation 2012.

IBM Svenska AB
164 92 STOCKHOLM
Sverige

Tillverkad i Sverige
Mars 2012

IBM, IBM:s logotyp, ibm.com, Domino, Lotus, Lotus Notes och Notes är varumärken som tillhör International Business Machines Corporation och är registrerade i många länder världen över. En aktuell lista över andra IBM-varumärken finns under "Copyright and trademark information" på ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Andra företags-, produkt- och tjänstenamn kan vara varumärken eller tjänstemärken som tillhör andra företag.

IBM och SolutionPlanet är två skilda företag som vardera ansvarar för sina produkter. Varken IBM eller SolutionPlanet gör några utfästelser, uttryckliga eller underförstådda, angående det andra företags produkter.

Att produkter, program eller tjänster omnämns här innebär inte att IBM avser att göra dessa tillgängliga i samtliga länder som IBM är verksam i. Att en produkt, ett program eller en tjänst från IBM omnämns här betyder inte att det bara är en produkt, ett program eller en tjänst från IBM som kan användas. Likvärdiga produkter, program eller tjänster kan användas i stället.

Alla kundexempel beskriver hur vissa kunder har använt sig av IBM-produkter och vilka resultat de uppnått. Faktiska miljökostnader och prestandaegenskaper varierar beroende på den enskilda kundens konfigurationer och förhållanden.

IBM:s maskinvaruprodukter tillverkas av nya delar eller av nya och använda delar. I vissa fall kanske maskinvaran inte är ny utan har varit installerad tidigare. IBM:s garantiutfästelser gäller oavsett.

Denna publikation har endast ett informativt syfte.

På fotografierna kan det vara prototyper som avbildas.



Please Recycle