

# PÁR KATTINTÁS AZ ÁLOMOTTHON – ENTERIEUR.HU

**Kicsi, dizájnos iroda a város szélén, benne derűsen szofisztikált rendetlenség, mindössze két munkaállomással. Semmi nem árulkodik arról, hogy naponta akár több százezer forintos forgalmat lebonyolító, ünnep- és munkaszüneti napokon is nonstop nyitva tartó bútorkereskedésben járunk. Az Enterieur.hu unikum a magyar hálón. Az első, kifejezetten nyugat-európai mintára készült, kizárólag internetes értékesítéssel foglalkozó bútor- és lakáskultúra-webáruházról a honlap megálmodóját, kezelőjét, egyszemélyes motorját, Szilágyi Ildikót faggattuk.**

*Hogyan jött létre az Enterieur.hu bútorértékesítési portál?*

Hosszú éveket töltöttem el a bútor-nagykereskedelemben, és számos nyugat-európai céggel tarthattam napi szinten a kapcsolatot, valamint rengeteg tapasztalatra tehettem szert külföldi útjaimon is. Amikor a piac átalakulása miatt a nagykereskedelmi bútorforgalom hanyatlásnak indult, és a kiskereskedők egyre inkább maguk szállították be a bútorikat, olyan területet kerestem a szakmában, amely még nincs kiaknázva Magyarországon, de külföldön már bizonyított: mivel az informatikában viszonylag otthonosan mozgok, a választásom az online bútorértékesítésre esett.

*Voltak-e kezdeti nehézségek?*

Nyugat-Európában az online bútorkereskedelem egy új, de már bizonyos múlttal rendelkező és mindenképpen működő üzletág, amely a magyar köztudatban még nem él olyan erősen, és ennek megfelelően kezdetben meglehetősen idegennek hatott. 2008 őszén egy kifejezetten nyugati mintájú webáruházat hívtunk életre: ez egyszerre igényel profi módon programozott számítógépes megvalósítást, hatékony információkezelést és bútorkereskedelmi ismereteket.

Indulásakor a webáruház a mostani választék felével rendelkezett, de még így is iszonyúan nagy munka volt elkészíteni a felületet.



San Rose garnitúra - kárpitos téma. Gyártó: Steinpol, Európa legnagyobb kárpitos gyára. A San Rose egy érdekes modell, háttámlája karfája egy különleges vasaltnak köszönhetően olyan állásba állítható, amelybenbe szeretném. Ennek köszönhetően nappal egy exkluzív garnitúra, éjjel akár ágy is lehet.

A legnagyobb kihívás nem az, hogy mindent tudni kellett az árurol, hanem mindennek a lehető legpontosabb tolmácsolása az interneten keresztül.

Az a tény, hogy kizárólag nyugat-európai beszállítókkal dolgozom, némileg könnyebbé teszi a munkát, mert nekik gyakorlatuk van abban, hogy az online értékesítés milyen információcsomagot kíván meg egy-egy termékről. A vevő az online boltba nem térhet be megtapogatni a szöveget vagy kipróbálni a rugózást – kizárólag az internetes felületen található termékleírás alapján dönti el, hogy megveszi-e a bútort vagy sem, így annak minden részletre kiterjedőnek kell lennie. A rendelésnél a vevő bizalmát előlegez nekünk, amelynek letéteményese a szakmai hitelességünk: a vásárló nyugodt lehet, hogy azt kapja, amit a termékleírás alapján kért. Ennek érdekében lényegében minden lehetséges kérdésre előre leprogramoztuk a választ.

Az előbb kimondott egy kulcsszót: bizalom. Magyarországon, úgy érzem, még van némi gyanakvás az internetes vásárlással szemben.

Magyarországon is kialakulóban van egy online vásárló réteg, amelyik lényegében jobban bízik az online szolgáltatásokban. Nyugat-Európában már kialakult ez a vásárlói típus: otthonról, kényelmesen rendel, mert mondjuk nincs sok ideje, nem akar feleslegesen kommunikálni. A pénzéért pontosságot és rugalmasságot követel, hogy ne ő igazítsa az életét a bútorkereskedőkhöz, hanem fordítva. Az online vásárló többnyire tudatos élettervezésű, elfoglalt, jól szituált és igényes vevő, aki tudja, mit akar. Ez a vevőtípus nemcsak az időfaktor miatt vásárol online, hanem mert jól tudja, hogy a webáruházak áru kínálatára kevesebb költség nehezedik, így valóban olcsóbb tud lenni a hagyományos boltoknál: nincs nagy raktárkészlet, kevesebb a beosztott, kisebb a rezsiköltség, és még sorolhatnám.



Az áruház kedvencei a szánkótalpas székek és igényes üvegasztalok. A képen az Aphrodite látható. Az üvegasztalok közül pedig két nagyon népszerű termékcsalád van, az egyik a Top table, a másik a Cordoba, amely a képen látható. Szállító: Bruno Steinhoff GmbH, aki egész Nyugat-Európát kiszolgálja Európában is egyedülálló választékával.

Kínálatunkban trendi, fiatalos bútorok között válogathat a vevő, a választékot állandóan naprakészen frissítjük. A tapasztalataink azt mutatják, hogy igenis megvan rá kereslet: ahhoz, hogy elérjük és megtartsuk az online igényekkel bíró vevőket, megbízható, jó online szolgáltatásokat kell nyújtanunk nekik. Ezek között is kiemelkedő fontosságú a tökéletes automatizmus és gyorsaság: rendszerünkben azonnali számlázásra lehetőség, számtalanszor előfordul, hogy a vevő este tízkor rendeli meg a bútort, és a rendszer által küldött számla alapján azonnal interneten utal, így ettől a perctől kezdve tennivalója sincs több, már csak az áruérkezésről várja az információt. A hagyományos, személyes kapcsolatfelvétel természetesen nem tűnt el az adásvételből, de nem feltétlenül forszírozák a megrendelőink: még a nagy, akár több százézes rendeléseknél is volt már rá példa, hogy a vevő a visszaigazoló telefonhívásra értetlenül kérdezte, hogy miért zavarom? Hiszen hite szerint online már mindent elintézt, várja a szállítókat.

*Van valamilyen slágerterméketek?*

Van bizony, a szánkótalpú székek! Mulatságosan hangzik, de hihetetlen nagy az igény rá. Több értékesítő bolt éveig csak legyintett rá, hogy ez nem keresett termék, így bolti forgalomban is alig kapható. A viszonteladók kételkedtek a sikerében, jóllehet túlünk nyugatra alapdarabnak számít a szánkótalpú szék, szinte minden enteriőrt meghódított ez a kényelmes bútor.

*Tervezitek-e a bővítést a webáruháznak?*

Nemcsak a bővítést tervezzük, hanem az interaktívabb alakítását is. Egyrészt az eddigi tapasztalatok alapján szeretnénk tökéletesíteni a szolgáltatásainkat. Másrészt, amit csak lehet, egyértelművé szeretnénk tenni a weblapon, hogy minden keresett információhoz könnyen és egyszerűen juthasson a honlaplátogató. Az átalakítástól nagyfokú hatékonyságot várunk.

Sok online bolt beleesik abba a hibába, hogy kizárólag az internetes vásárlás költséghatékonyságába vetett hitre építi a stratégiáját.

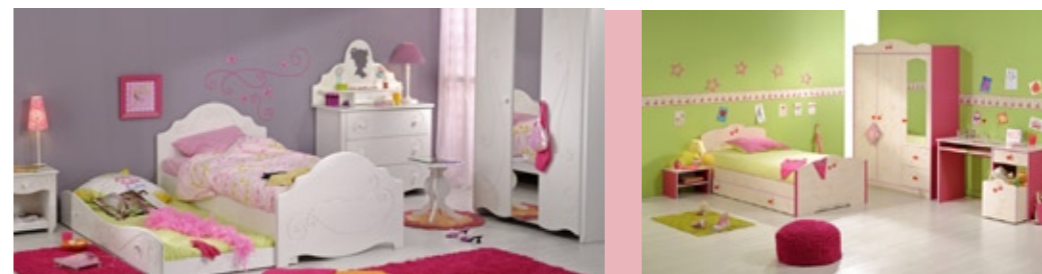


Igényes, kívül belül furnérozott, sokszínű, variálható nappali termékcsalád.



Mi azonban nem azt szeretnénk, hogy nálunk csak olcsó árut keressenek, hanem sokkal inkább azt, hogy a modern, jó minőségű bútorokért és kiegészítőkért, valamint a gyors és precíz kiszolgálásért térjenek be (és persze újból és újból vissza) virtuális áruházunkba a vevők. Az online vevő ugyanis inkább ezek miatt választja az internetes vásárlást: aki egyszer rákapott az izére, nem lesz szintistán offline vevő újra – és biztos vagyok benne, hogy egyre többen lesznek. Na persze ehhez olyan bőséges választékot kell nyújtani, amit a fizikai korlátok miatt – a hely ugyanis egy offline boltban véges – nem is lehet máshol megtalálni, csak webáruházban.

– Szjnick –



A Miss Griotte és Alice az áruház legnépszerűbb témakörének, a gyerekbútoroknak a kiemelt olyan két termékcsaládja, amit rendszeresen, állandóan keresnek és rendelnek. Gyártója egy francia óriásgyár, aki egész Nyugat-Európát kiszolgálja minőségi gyerekbútorokkal.