

Danmark søger efter sko som aldrig før!

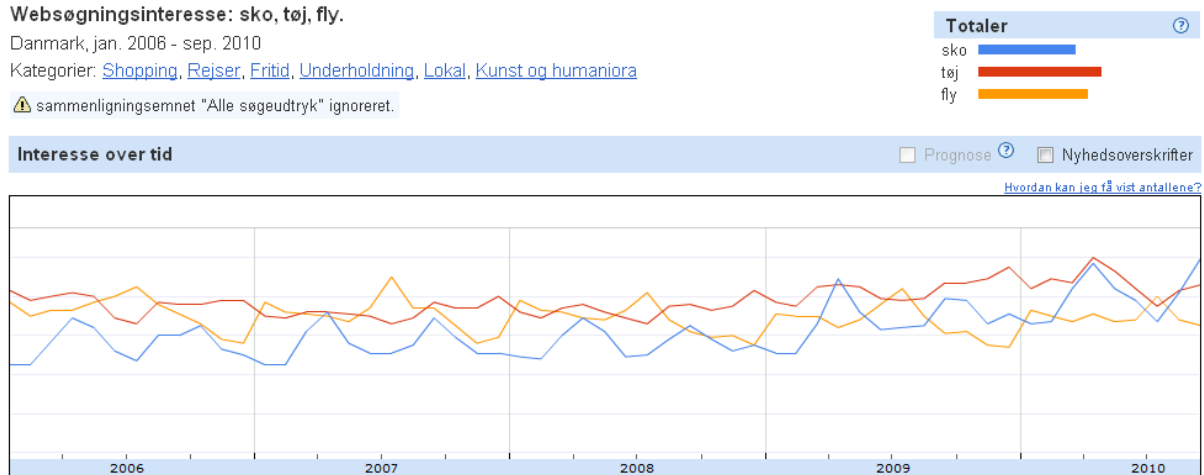
Rejser og elektronik har længe været danskernes foretrukne søgeemner på nettet. Nu øger søgninger på udseenderelaterede produkter som make up, tøj og ikke mindst sko. I juli 2007 blev ordet sko bare søgt for omtrent halvt så mange gange som ordet fly, og sko havde bare 77% af antallet af søgningerne som tøj havde. I juli måned i år var alle tre søgeord næsten lige søgte, og august blev måneden hvor søgningerne for sko overhalede søgningerne for både fly og tøj. "Opførslen og forventningerne online er ved at ændres. Tidligere kunne man se, at næsten alle som shoppede online gjorde det for at finde den bedste pris. Nu kan man se, at flere og flere opdager og sætter pris på andre fordele, som findes online. "Nettet er jo overlegent når det gælder sortiment og åbningstider. Det er umuligt for fysiske butikker at have det samme brede sortiment som online butikker har, og samtidigt at gøre det hurtigt og nemt for kunderne at finde produktet de leder efter," siger Katrine Rasmussen, Country Manager for Brandos.dk.

Web søgningsinteresse: sko, tøj, fly.

Danmark, jan. 2006 - sep. 2010

Kategorier: [Shopping](#), [Rejser](#), [Fritid](#), [Underholdning](#), [Lokal](#), [Kunst og humaniora](#)

⚠ sammenligningsemnet "Alle søgeudtryk" ignoreret.



Billede: Google Trends

Udbuddet af sko online i Danmark øger i takt med efterspørgslen. Brandos som er Danmarks største skobutik på nettet er nu nået over grænsen på 10.000 modeller. Dette er Skandinaviens største udvalg. Den 15. oktober 2010 havde Brandos 6132 modeller. Nu er antallet øget med mere end 50 %.

"10.000 modeller er meget, hvis du sammenligner med en almindelig skotøjsbutik i indkøbscenteret. Men vi stopper ikke her. Vi kommer til at fortsætte med at udvide sortimentet, så vi kan fortsætte med at leve op til løftet om at tilbyde sko til enhver anledning og for enhver smag" afslutter Katrine Rasmussen.

Kilde: Google Insights

<http://www.google.se/insights/search/?hl=da#q=sko%2Ct%C3%B8j%2Cfly&geo=DK&date=1%2F2006%2057m&cmpt=q>