

Kraftigt ökad försäljning för toga.com

– Debatten om e-handeln felvriden säger togas VD

Det svenska livsstilsvaruhuset toga.com har sedan lanseringen den 1 september i fjol ökat sin försäljning med drygt 50 procent per månad. Även antalet besökare och medlemmar har ökat kraftigt.

– Det går betydligt bättre än vad vi hade räknat med. Jag tror att förklaringen är att toga.com har ett koncept som tilltalar en större målgrupp. Vi säljer inte bara kläder utan en mängd olika produkter från en rad olika segment, säger Christer Myhrán, VD för toga.com.

Det svenska livsstilsvaruhuset, toga.com, har med relativt små medel lyckats bygga en av Sveriges mest framgångsrika e-handelsplatser. Idag erbjuder toga.com sina kunder mer än 5000 olika produkter från drygt 160 kända varumärken.

De försäljningsprognoser företaget gjort har redan överträffats. Bakom framgången finns ett koncept som skiljer sig från mängden. Istället för att bara sälja tex. kläder till en smal målgrupp riktar toga.com sig, med en lång rad olika produkter från olika segment, till både män och kvinnor och en betydligt bredare målgrupp. Dessutom har företaget medvetet valt en mindre aggressiv expansionstakt.

– Det är inget självändamål att finnas i ett stort antal länder bara för att finnas där. Vi ville först vara säkra på att vårt koncept fungerade i Sverige innan vi lanserade på nästa marknad. Det visade sig fungera bättre än vi räknat med och idag finns vi även i Danmark och också där har försäljningen överträffat våra förväntningar. Våra framgångar i Sverige och Danmark ligger till grund för kommande etableringar, säger Christer Myhrán.

Den senaste tidens debatt i media om problemen för e-handeln anser Myhrán vara felvriden och kraftigt överdriven.

– Självklart finns det områden som kan förbättras i en bransch så ung som vår men istället för att fokusera på tekniska och logistiska problem så borde fokus ligga på de enorma möjligheter som handel över Internet ger. E-handeln erbjuder alla och envar i Sverige att handla likadana produkter till samma priser, när och var som helst.

På toga.com handlar ett stort antal kunder på tider då den traditionella handeln normalt har stängt. Dessutom ger möjligheten till e-handel människor som av olika anledningar har svårt att ta sig till en affär, tex. handikappade, eller de som bor i mindre orter med mycket begränsat produktutbud en chans att handla aktuella märkesprodukter till ett mycket förmånligt pris.

– Internet suddar ut de geografiska gränserna och med tanke på att det är kunden som bestämmer när och var han, eller hon, vill handla så är e-handeln ett alternativ som erbjuder sina kunder en servicegrad som den traditionella handeln, eller för den delen även postorderföretagen, har mycket svårt att matcha, säger Christer Myhrán.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Christer Myhrán, VD, toga.com, tel. 0709-81 22 22, eller e-posta till christer@toga.com

Besök även toga.coms hemsida: www.toga.com/press

toga.com är Sveriges största livsstilsvaruhus på Internet. Med cirka 5 000 produkter från över 160 välkända varumärken erbjuder toga.com ett brett sortiment inom mode, inredning, kosmetik, sport och teknik till mycket förmånliga priser. Företaget grundades hösten 1999 och har idag 25 medarbetare. Bakom toga.com står bland annat Spray, Kjell Spångberg, Björn Algkvist och grundarna Christer Myhrán och Richard Junestrand.