

# E-handlare i kris snart till salu

**Många e-handelsföretag på Internet kämpar med stora förluster och brant fallande börskurser. Om några år är många av de renodlade internetbutikerna därför uppköpta. Utvecklingen är mest dramatisk i USA, men även europeiska e-handlare väntas drabbas.**

**Vinnare är den gamla ekonomins företag som kan ta en genväg till Internet genom att köpa e-handlare i kris. Men det gäller att förvärva rätt e-handlare. Deloitte Consulting ger köpråd i en ny rapport.**

Guldrushen är snart över i renodlade e-handelsföretag. Mycket få visar några vinster och kundtillströmning och omsättning är ofta en besvikelse. Det avspeglas i kraftiga kursfall i främst New York som påbörjades långt innan det nuvarande börsraset.

”Kanske ett på 20 av dagens e-handelsföretag överlever på egen hand. Vi förutser att de flesta köps upp eller ingår allianser med fysiska företag”, säger Staffan Bergling, partner på Deloitte Consulting med ansvar för e-handelslösningar.

## Hybridföretag är framtiden

Hybridföretag är vinnarna, alltså företag som både kan hantera försäljning i butiker och över Internet. Många av den gamla ekonomins företag har redan kommit igång och kommer i framtiden att ses som hybridföretag. I USA är några av de mest besökta hemsidorna JCPenney.com, Barnsandnoble.com, Gap.com och Wal-Mart.com, alltså rikstäckande handelsföretag.

Sverige har Clas Ohlson lyckats mycket väl med [www.clasohlson.se](http://www.clasohlson.se). Hennes & Mauritz väntas bli en ledande aktör även på Internet med [www.hm.com](http://www.hm.com).

Andra vinnande hybridföretag väntas bli joint ventures mellan klassiska handlare och internetföretag. Amerikanska Bluelight.com är ett exempel. Företaget startades nyligen av Kmart och Yahoo.

## Utslagningen har börjat

USA ligger steget före Europa och där har utslagningen börjat. Några av alla de e-handlare som nu befinner sig i kris är enligt Deloitte:s rapport CookExpress.com som tagit ned sin hemsida, Sonicpress.com som är till salu, Muzic.com som också tagit ner sin hemsida och Mothenature.com som nu söker partnerskap. En av de äldsta och mest kända e-handlarna, CDnow.com, kan bli nästa offer.

Detta öppnar för klassiska företag, som till rimliga priser kan förvärva, eller alliera sig med e-handelsföretag. Men det gäller att hitta *rätt* e-handlare. Deloitte Consulting råder alla som vill förvärva eller liera sig med e-handlare att granska dessa noga.

”Att köpa en e-handlare ger direkt tillgång till en webbplats, till bakomliggande datasystem och inte minst till en kunnig personal. Men är varumärket värt något? Är kundstocken värt något? Vi ställer därför ett antal viktiga frågor inför den våg av allianser och uppköp som kommer att följa i spåren av e-handlarnas kris”, säger Staffan Bergling.

*forts.*

## **Sju viktiga frågor till traditionella företag som ämnar gå i allians med eller köpa ett e-handelsföretag:**

### *1. Vilka är e-handlarens kunder?*

Om e-handlaren har en stor kundstock, kan detta vara den viktigaste tillgången. Men det förutsätter att de är trogna kunder och inte bara en lista på personer som besökt sajten. Många och trogna kunder är det bästa beviset på att en sajt fungerar som det är tänkt och att e-handlaren har ett fokus på kundvård.

### *2. Kompletterar e-handlaren produkter och service din verksamhet?*

E-butiker som inte ökar värdet på den befintliga verksamheten ska undvikas.

### *3. Är försäljningen hög och kunderna nöjda?*

Toysrus.com i USA och Letsbuyit.se i Sverige är två exempel på företag där många kunder klagat. Om de e-handlare som drabbats av klagomål inte lyckas med att rätta till problemen, urholkas deras värde. E-handlare som har dåliga ordersystem, dåliga betalsystem, dålig kundservice och som inte kan leverera i tid, är tveksamma förvärv.

### *4. Vad köper kunderna på sajten?*

Om kunderna främst köper lockvaror som säljs under inköpspris, vad är då kundstocken egentligen värd?

### *5. Kan en e-handel stärka din kärnaffär och ditt varumärke?*

Fysiska butiker och e-handel ska leva i symbios. Ett exempel på ett samarbete som stärker ett befintligt varumärke är amerikanska CVS drugstores allians med Soma.com, som senare ledde till att CVS förvärvade e-handlaren och döpte om den till CVS.com som nu alltså säljer läkemedel på Internet under eget namn.

### *6. Vilket pris är du beredd att betala?*

Forfarande är många e-handlare i kris kraftigt övervärderade enligt ”den gamla ekonomins” sätt att räkna. I takt med att krisen fördjupas kommer priset på e-handlare att falla, i vissa fall mycket kraftigt. Risken med att vänta för länge är dock att andra köper de bästa e-handlarna. Och att e-handlarna förlorar sina nyckelpersoner.

### *7. Vilken kundservice har e-handlaren?*

Ingenstans är kundtroheten så låg som på Internet. E-handlare med god kundservice som inbegriper call center eller contact center är därför mer intressanta som partners eller förvärvsobjekt.