

FOKUS PÅ TV - FÖRSÄLJNING OCH TEKNIK

BCI #1
2016

Årets första undersökning bland elektronikbranschens butikschefer visar bland annat att;

- TV-skärmens storlek är den viktigaste aspekten vid ett TV-köp,
- Smart-TV är det näst vanligaste ämnet för konsumenterna vid ett TV-köp,
- Ultra-HD har slagit igenom och frågor om UHD är de tredje vanligaste vid ett TV-köp,
- var femte butikschef upplever en ökad efterfrågan av TV-försäljning och hälften upplever en stabil efterfrågan,
- 77 procent av butikscheferna upplever ett positivt försäljningsläge i sin butik just nu,
- 85 procent av butikscheferna är positiva till försäljningsutvecklingen kommande halvår.

”Storleken har betydelse.
55-tummaren är nu den
vanligaste TV-storleken”



Klas Elm
VD, ElektronikBranschen





Sara Branting Varuhuschef Media Markt Eskilstuna

STOR NYFIKENHET PÅ ”DET UPPKOPPLADE HEMMET”

Ett positivt försäljningsläge inom praktiskt taget alla produktkategorier. Så beskriver Sara Branting, Media Markts varuhuschef i Eskilstuna, läget just nu.

- Det är många nyfikna som är ute och kollar vad den senaste tekniken är och vad ”det uppkopplade hemmet” innebär. Vi märker att intresset för hemelektronik ökar.

Det gör att Sara ser positivt på försäljningen under det kommande halvåret jämfört med ifjol.

- Vi ser en positiv trend, som vi tror kommer att hålla i sig.

Det är framför allt trådlösa produkter som fortsätter att växa och där kunder också är mer intresserade enligt Sara Branting.

- Allt från hur man styr sitt hem med telefonen, till kompletta helhetslösningar. Vi märker varje dag ett stigande intresse för Smart Watch och träningsarmband. Även trådlöst ljud fortsätter att växa och utvecklas. Intresset för VR-tekniken har också ökat.

Det gör samtidigt att det krävs mer av varuhuset eftersom sortimentet är stort och pålästa kunder förväntar sig få bästa servicen och svaren från kunnig personal.

- Då dagens kunder är mer pålästa innebär det att vi måste ha välutbildad personal. Förutom lokala utbildningar i varuhuset så skickar vi hela personalstyrkan på utbildning till Stockholm två gånger per år där de får klämma och känna på den senaste tekniken och träffa våra leverantörer.

Och när det gäller trådlösa produkter så ökar mängden i stort sett för varje dag. Fler och fler producenter väljer att satsa alltmer på trådlösa lösningar.

När det gäller intresset för TV-apparaterna så märker Sara även där en ökning, framför allt efter jul. Det kan vara kommande fotbolls-EM som ligger bakom, men det är bara en gissning.

Den vanligaste frågan om TV från konsumenterna handlar om Smart TV i Media Markts varuhus i Eskilstuna.

- Den näst vanligaste frågan handlar om bildkvaliteten.

Den tredje vanligaste frågan handlar om Curved, men OLED och 4k är också teknik som lockar till frågor från konsumenterna.

- Efterfrågan på ljud växer mer och mer och kunderna vill ha en helhetslösning med TV och soundbar.

Den vanligaste tumstorleken som varuhuset i Eskilstuna säljer idag ligger på 55 tum.

En stor vardagsrums-TV kompletteras av mindre storlekar i barnrummen.

- Jag tycker det är kul att folk lägger lite mer pengar på produkterna idag. Man ser ett mervärde i kvaliteten. Ett exempel är när vi tar in lite dyrare och exklusivare köksmaskiner som exempelvis Kitchen Aid så säljer vi dem på en gång. Det känns som om det finns ett större intresse hos konsumenterna att välja bra produkter upplever jag.

Hur är det med after sale, upplever du ett ökat behov av hjälp när konsumenterna väl har fått hem produkterna?

- Ja, det är något som vi har märkt den senaste tiden. Det är extremt stor efterfrågan på just after sales. "Hur kopplar vi upp den här nya produkten hemma till nätverket?" Vi har idag ett stort utbud av servicetjänster i varuhuset, men detta är något vi behöver satsa på för att svara upp till kundens behov.

Intervju av Jan Bjerkesjö

”TV är fortsatt en väldigt intressant produkt, även om vårt sätt att konsumera rörlig bild ändras”

Klas Elm
VD, ElektronikBranschen



Årets första ButiksChefsIndex redovisar vad butikscheferna har för syn på TV-försäljningen. Utvecklingen av TV-apparaterna skenar och det är nya tekniker och utvecklingsprång hela tiden. Även sättet vi konsumerar TV, eller kanske snarare rörlig bild, ändrar sig också snabbt. Skärmarna blir hela tiden större och konsumenterna efterfrågar också de stora skärmarna. 55 tum är nu den vanligaste storleken. I och med det ökar behovet av bättre upplösning eftersom avståndet mellan soffan och TV:n ofta är oförändrat. Ultra HD slår igenom och en stor del av varumärkenas line up är redan nu UHD. OLED slår också igenom. Våra konsumtionsvanor av rörlig bild ändras snabbt nu. Unga svenskar ägnar hälften av tittartiden åt webb-TV, i hela befolkningsgruppen har webb-TV gått från 13 till 37 procent, Youtube har 61% av den kommersiella tittartiden totalt och mer än tre miljoner svenska hushåll har tillgång till SVOD. Redan förra året hade mer än 40 procent av hushållen smart-TV och ökningen kommer att fortsätta starkt under året, då de flesta modeller som säljs nu är smarta.

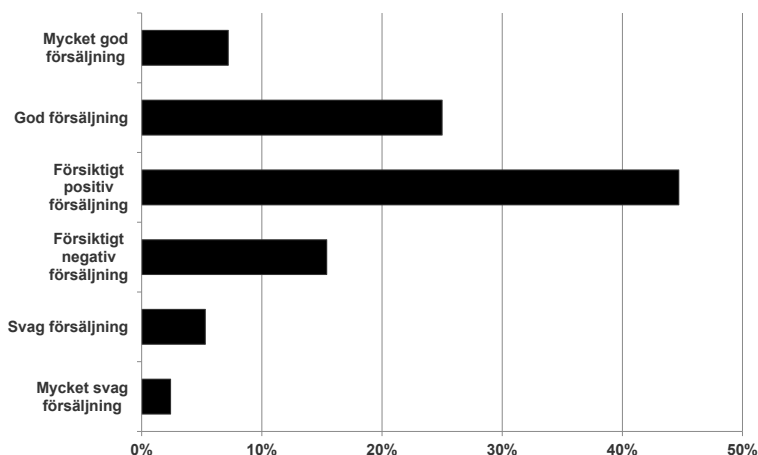
Vi presenterar även Snabbindex för mars i denna BCI. Den totala försäljningen i mars var 3 procent sämre än samma månad ifjol. Dock var det en liten förbättring mot försäljningen under årets första två månader. De ackumulerade siffrorna för året landade på minus 6,2 procent för första kvartalet jämfört med 2015.

Sist vill jag rikta ett tack till alla medverkande butikschefer. Snabbt och bra svarat - TACK!

BUTIKSCHEFSINDEX #1 2016

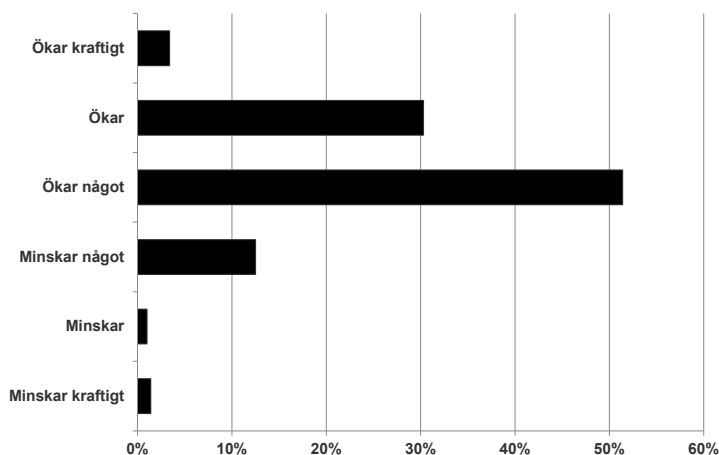
1. Hur upplever du försäljningsläget i butiken just nu?

77 procent av butikscheferna uppger att de upplever ett positivt försäljningsläge i sin butik. 32 procent säger att försäljningen i butiken är mycket god eller god. 8 procent av butikscheferna uppger att de ser en svag eller mycket svag försäljning.



2. Hur tror du att försäljningen kommer att gå i din butik de nästkommande sex månaderna, jämfört med i fjol?

85 procent av butikscheferna är positiva rörande försäljningsutvecklingen i sin butik under kommande halvår. Endast 2 procent av butikscheferna uppger att de ser en minskande eller mycket kraftigt minskande försäljning närmaste halvår.

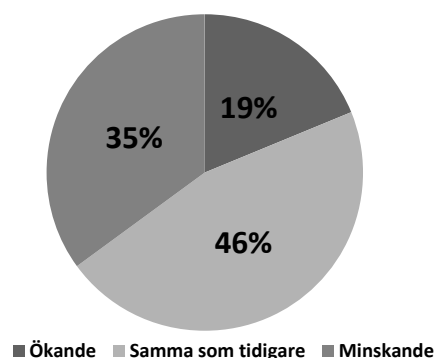


3. Efterfrågan på TV

Hur upplever du efterfrågan på TV-apparater i din butik just nu?

TV är en för branschen mycket viktig produktkategori. Det säljs över 650.000 TV om året och mätt i värde är försäljningen också fortsatt viktig. Den senaste försäljningspeaken var 2010 med en miljon sålda enheter. Då nu nästa alla bytt från tjock-TV till platt-TV har dock försäljningen.

Hur upplever du efterfrågan på TV-apparater i din butik just nu?



4. TV-teknik

När konsumenterna vid TV-köp ställer frågor av teknisk natur, vad är då de tre vanligaste ämnena dessa frågor rör?

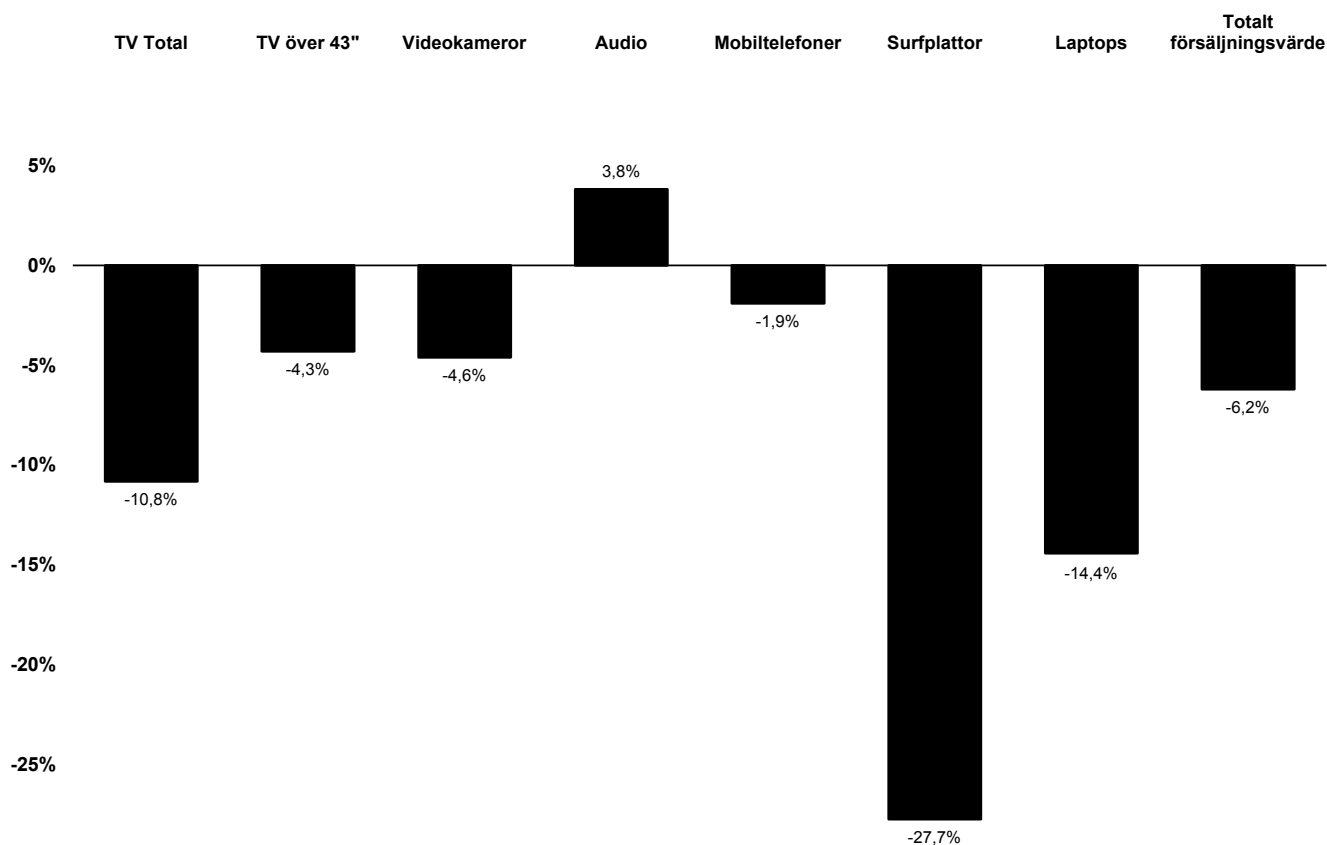
1. Storlek
2. Smart-TV
3. Ultra HD

SNABBINDEX MARS 2016

Den totala försäljningen i mars var 3 procent sämre än samma månad ifjol. Dock var det en liten förbättring mot försäljningen under årets första två månader. Det ledde till att de ackumulerade siffrorna för året landade på minus 6,2 procent för första kvartalet jämfört med 2015.

IT-sektorn visar fortsatt svag försäljning, där surfplattor backat över 25 procent jämfört med kvartal ett i fjol. Tyvärr visar även mobiltelefoner svaga försäljningssiffror och ligger nu två procent under försäljningen under samma period förra året.

Glädjeämnen för branschen var att stora TV-skärmar hade en bra marsmånad (plus 6,7 procent) samt att ljudprodukter säljer väldigt bra. Hela produktkategorin Audio hade efter första kvartalet ökat med fyra procent jämfört med samma kvartal i fjol. Och då ska man komma ihåg att hela 2014 visade väldigt höga försäljningssiffror för ljudprodukter.



ElektronikBranschens snabbindex redovisar varje månad försäljningen hos föreningens medlemmar och ger därigenom en kontinuerlig bild av marknadsutvecklingen inom elektronikbranschen.

Diagrammet ovan visar den ackumulerade försäljningen sedan januari 2016 av sju produktgrupper samt totalt försäljningsvärde.

Statistiken avser produkter i antal, utom för audio och totalen som avser värde. Deltagande handlare: Audio Video, Elgiganten, Euronics, Media Markt, NetOnNet och Siba.

OM BUTIKSCHEFSINDEX

Butikschefsindex (BCI) är den enda återkommande undersökningen som analyserar den verkliga dialogen med kunderna i samband med köprocessen. Med hjälp av BCI kan vi se bortom försäljningsstatistik och, baserat på butikspersonalens observationer och dialog med kunder, känna av nya trender, kunduppfattningar och marknadsförändringar. BCI fungerar samtidigt som ett viktigt komplement till ElektronikBranschens befintliga försäljningsstatistik.

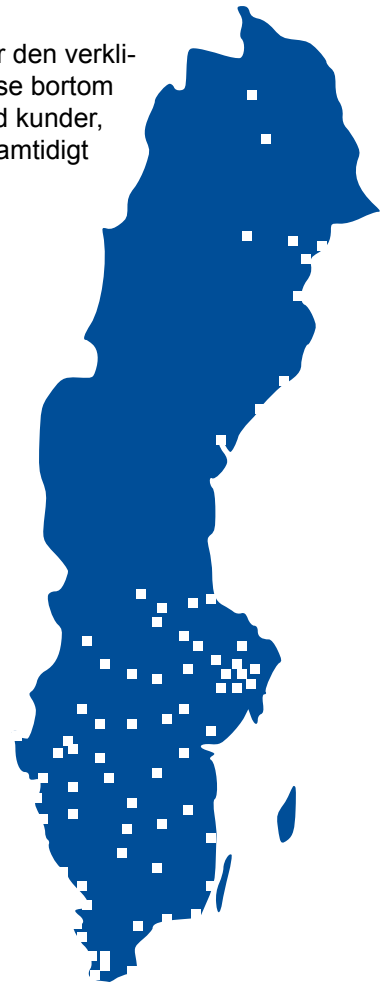
BCI genomförs fyra gånger per år. I urvalet ingår butikscheferna hos detaljhandelsföretag som är medlemmar hos ElektronikBranschen. Dessa är Audio Video, Elgiganten, Euronics, Media Markt, NetOnNet och SIBA.

Metod

Undersökningen genomfördes som en webbenkät till samtliga butikschefer bland ElektronikBranschens medlemsföretag. Under februari svarade 208 av 311 butikschefer, vilket utgör en svarsfrekvens på 67%. Butikerna finns från Kiruna i norr, via Gävle, Kalmar och Trollhättan till Malmö i söder. Respondenterna fick svara på sju frågor samt fyra bakgrundsfrågor. Enkäten utformades med sexgradig ordinalskala för frågor om försäljning och produkter.

Deltagande kedjor:

- Audio Video
- Elgiganten
- Euronics
- Media Markt
- NetOnNet
- SIBA



OM ELEKTRONIKBRANSCHEN

ElektronikBranschen är en branschorganisation för leverantörer och handlare inom konsumentelektronik, foto och service. Den huvudsakliga uppgiften är att informera om vad som händer i branschen, bevaka den politiska agendan när det gäller branschfrågor, delta i och arrangera seminarier och presskonferenser, bevaka miljöfrågor, ge ut nyhetsbrev samt ta fram relevant statistik om hemelektronikförsäljningen i Sverige. ElektronikBranschen bildades 2001.

Kontakt:
Klas Elm, vd för ElektronikBranschen
mobil: + 46 704 580 108
elm@elektronikbranschen.se

ElektronikBranschen
Box 22307
104 22 Stockholm
Tel: 08-508 938 00

www.elektronikbranschen.se

