

Matas

Fra fysisk retailer
til
digital markedsleder

NextM
22. november 2021

matas



Hvem er jeg?



Head of Digital Business Development

Matas
siden 1. juni 2018

Mine interesser

- Ecommerce
- Tværgående forretningsudvikling
- Brugervenlighed
- Tech
- Transformation
- Strategi
- Markedsføring
- Forbrugerbaseret værdiskabelse

Mit ansvar hos Matas

- Digital forretningsudvikling
- Ecommerce optimering
- Omnichannel tiltag
- Digital rådgivning og inspiration
- Abonnement
- UX / UI
- User research
- Live shopping
- Content

Erfaring

- Egmont
- Måltidskasser
- Consulting
- Matas

Nov. 2017

matas

BØRSEN.

Adgang via Matas A/S
Bliv kunde | Kontakt | Log ind

Forside Seneste Kurser Gazelle E-avisen Uddannelse | Pro Finans Pro Selvstændig Pro International

Lunde: Tænk, hvis Matas lider Fonas skæbne



■ GENERELT Af Niels Lunde

Eksklusivt for kunder

01. nov 2017 KL 0:00



Matas nye topchef starter onsdag, og vi byder velkommen med et uelskværdigt perspektiv: Ligheden med Fona

Hos hårdt pressede Matas tiltræder den nye topchef Gregers Wedell-Wedellsborg onsdag, og i næste uge sender han sit første regnskab på gaden.

Hvad kan aktionærerne forvente sig?

Vores 3 udfordringer

Manglende fornyelse

Mod forbrugerne/
samarbejdspartnere/
internt

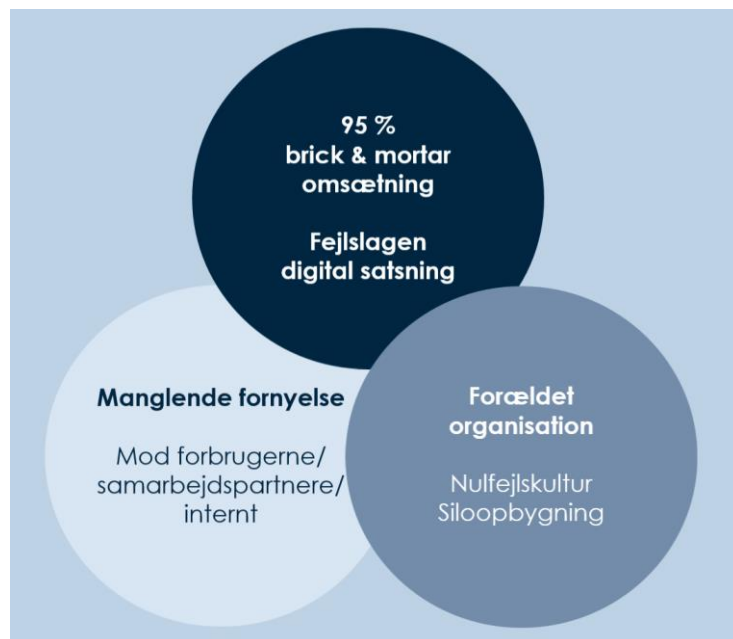
**95 %
brick & mortar
omsætning**

**Fejlslagen
digital satsning**

**Forældet
organisation**

Nulfejlskultur
Siloopbygning

Udfordringer 2018



Virkeligheden 2018

- 278 butikker
– alle overskudsgivende
- 3,4 mia. kr. i omsætning
- Overskudsgrad på 16%
- Brandkendskab på 98%
- 1,4 mio. aktive kunder i Club Matas



"ET FORNYET MATAS"

Udlev Matas' formål:
Skønhed & Velvære for livet

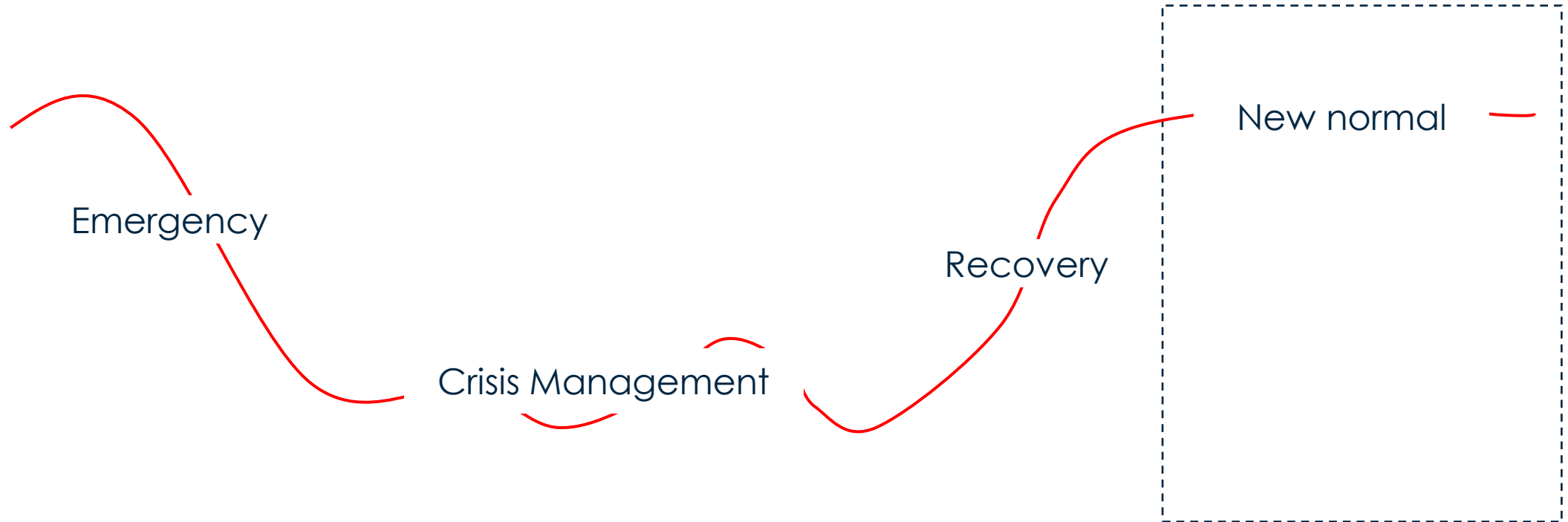
Online
markedsleder

Forny et vækst
i butikkerne

Nye måder at



Corona krisen - fasen





Vi satte turbo på **investering** og **udvikling**

- Hvad gjorde vi?
- Hvad var resultatet?
- Fremtiden



Hvad gjorde vi?

Beslutning: fuld speed på vores digitale transformation



Webshop som produktkatalog

- Købe "kendte" produkter/brands
- Købe på kampagne
- Delvist integreret med butik
- Standard søgning



Webshop som destination

- Inspiration
- Rådgivning
- Skabe brands
- Fuldt integreret med butik
- Søgning, der skaber præference

Crowdsourcing team på 80 materialister på 48 timer i marts 2020

- 23.500 produkter fik nye filtre
- 700 stærke specialistdrevne SEO tekster
- 5000 produkt bundles med ekspert afsender

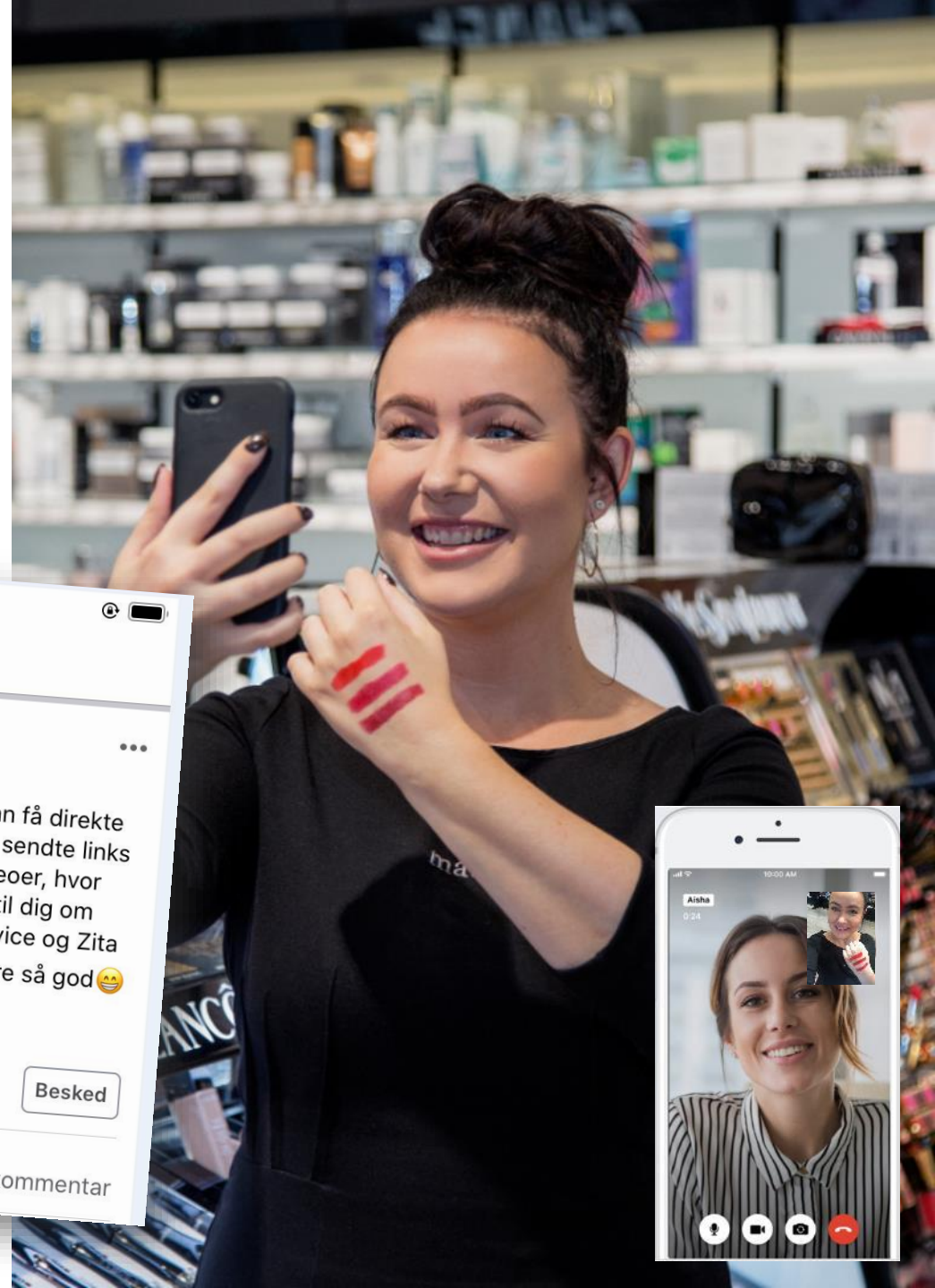


Faglig rådgivning på tværs af kanaler med Hero Chat – vores **Omni materialister**

- Video rådgivningschat hver dag fra kl. 9-21
- 20 % konvertering
- Basketsize index 180
- Rates 4,9 ud af 5.0



matas



matas

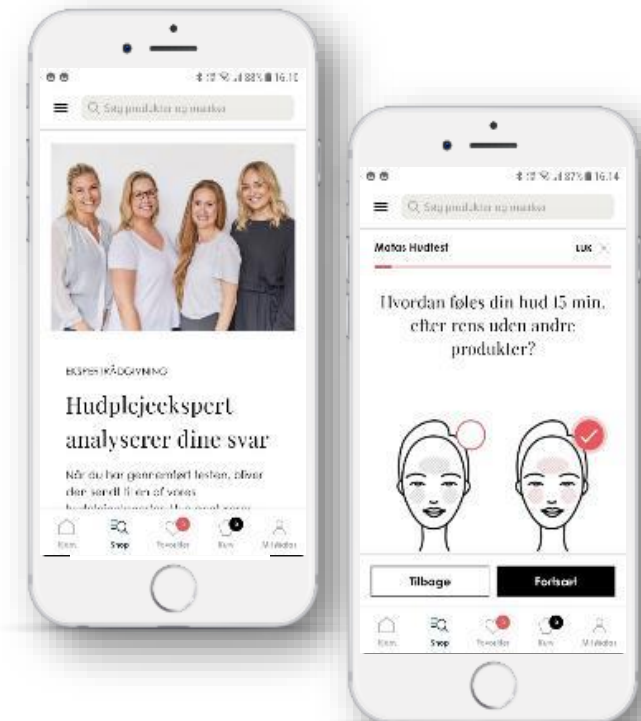




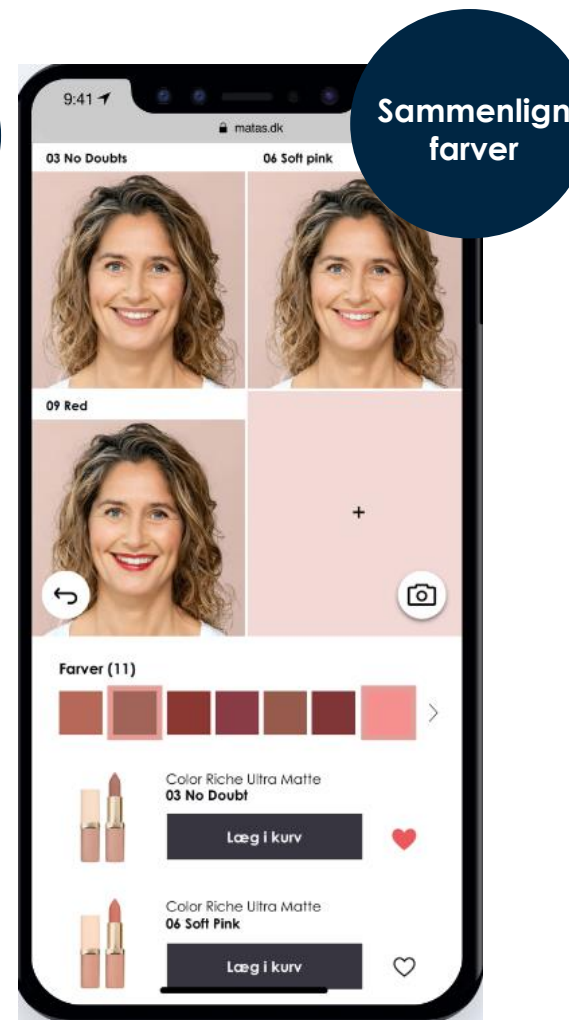
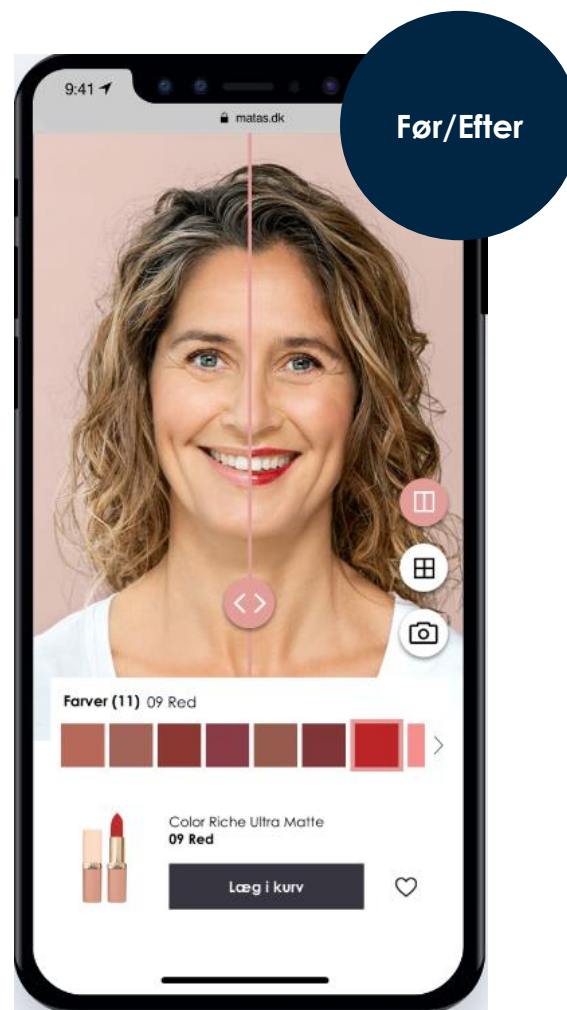
Digital hudtest – skræddersyet ekspertrådgivning

- 70.000 hudtest besvaret med personlige anbefalinger

matas



Virtual tools – Prøv makeup med mobilen



Matas Live - Europas måske stærkeste liveshopping setup

- Konceptet født på 10 dage
- Første show 27. marts 2020
- 20 min. gennemsnitlig seertid!
- 30-40 % engagement rate
- 15% gennemsnitlig konverteringsrate
- Tæt på firedobling af omsætningen efter 30 dage

matas





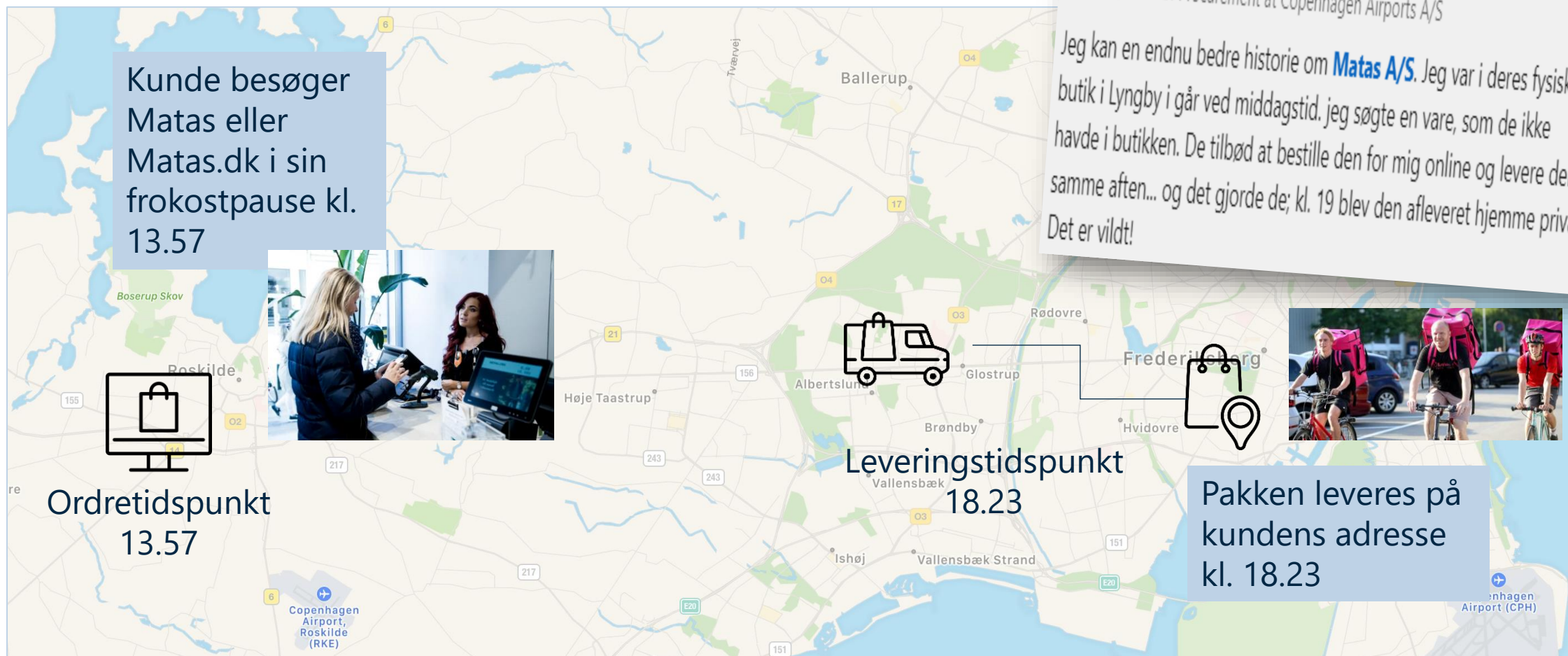
Visual Search – gør hverdagen lettere



matas



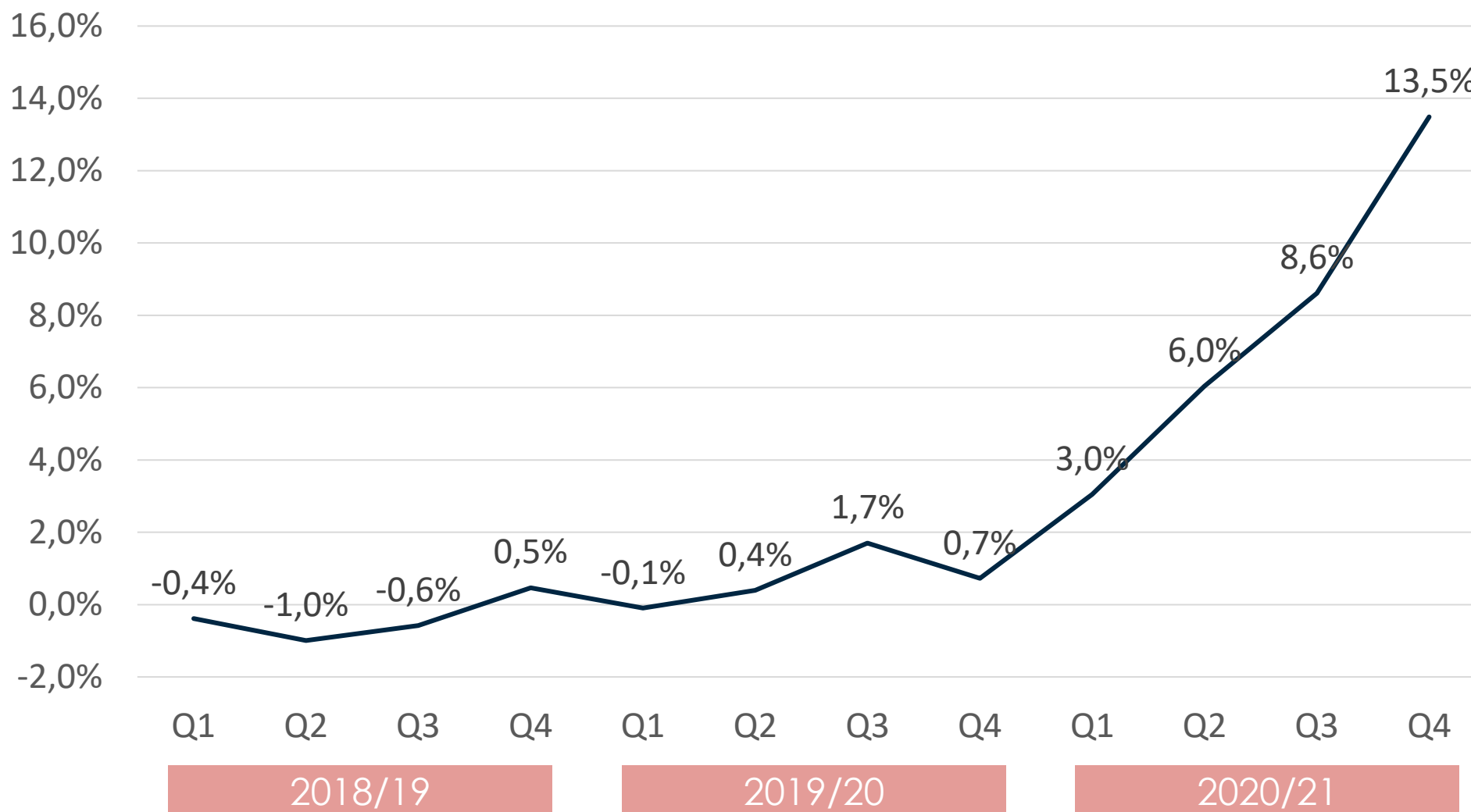
Same-Day-Delivery til 50 % af de danske husstande



Hvad var resultatet?

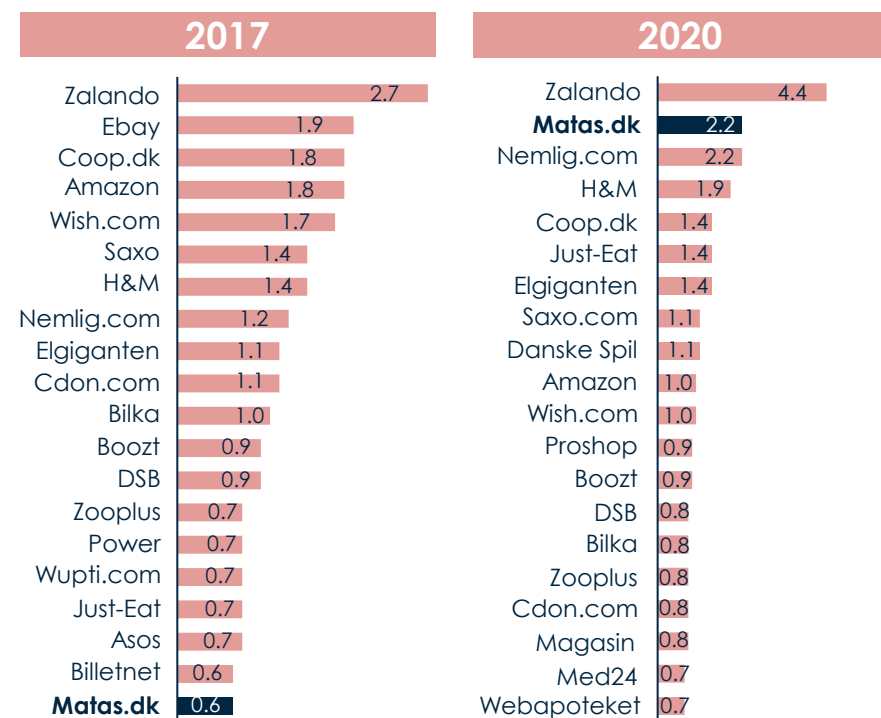
matas

Vores **samlede omsætning** er vokset – vækstrate pr. kvartal



Matas.dk er nu den 2. mest besøgte webshop i Danmark

DK's bedste webshop: Fra sidsteplads til sølvmedalje

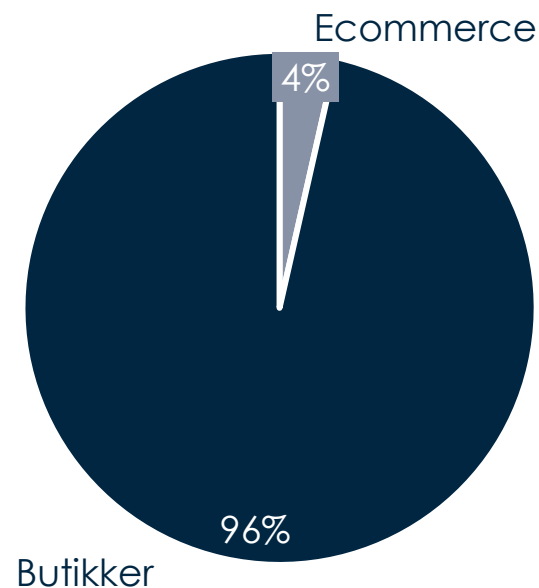


Stærk digital performance løfter hele brandopfattelsen

2017		2021	
Rank	Brand	Rank	Brand
1	Lego	1	Rema 1000
2	Rema 1000	2	Lego
3	MobilePay	3	Matas
4	Lurpak	4	MobilePay
5	Anthon Berg	5	Lurpak
6	Audi	6	Nefflix
7	Volvo	7	DR
8	Änglamark	8	DRTV
9	Kærgården	9	Ikea
10	Rynkeby	10	TV2

Den hurtigste **retail transformation** på det nordiske marked

2017/18
Brick & mortar retailers



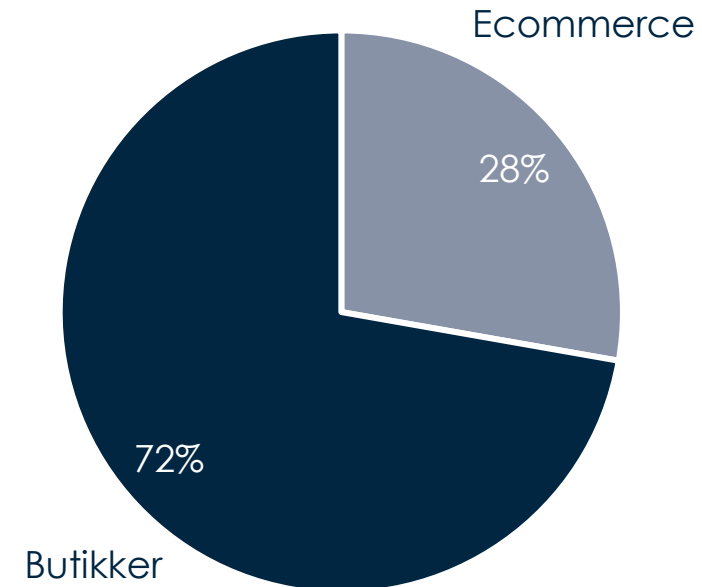
3-årig digital transformation

Den digitale omsætning steg med mere end DKK 1 mia.

Solid **vækst i mersalg, loyalitet og differentieret kundeoplevelse.**

Bred **international anerkendelse** for omni tiltag.

2020/21
Omnichannel retailers



Vi er nu en digital virksomhed

Vi er nu en digital virksomhed
online markedsleder

Vi er nu en digital virksomhed
online markedsleder
med en lang række konkurrencefordele

Fremtiden

matas

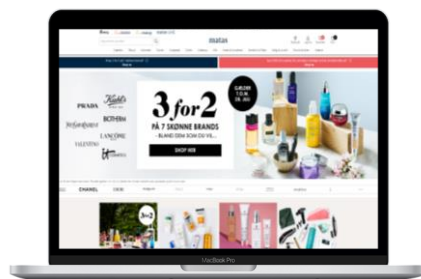
Vi skal fastholde momentum – og har den overordnede målsætning at øge omsætningen **fra 4 milliarder til 5 milliarder** over de næste 5 år

NY STRATEGI 2025/26: GROWING MATAS GROUP



SORTIMENT

Sortimentet skal mere end tredobles til 150.000 produkter i 2025.
Den gennemsnitlige butik har i dag 10.000 produkter.



ECOMMERCE

Matas' webshop salg skal stige fra ca. 1 mia. i dag til over 2 mia. i 2025 ved at udnytte det større sortiment



CONNECTED RETAIL

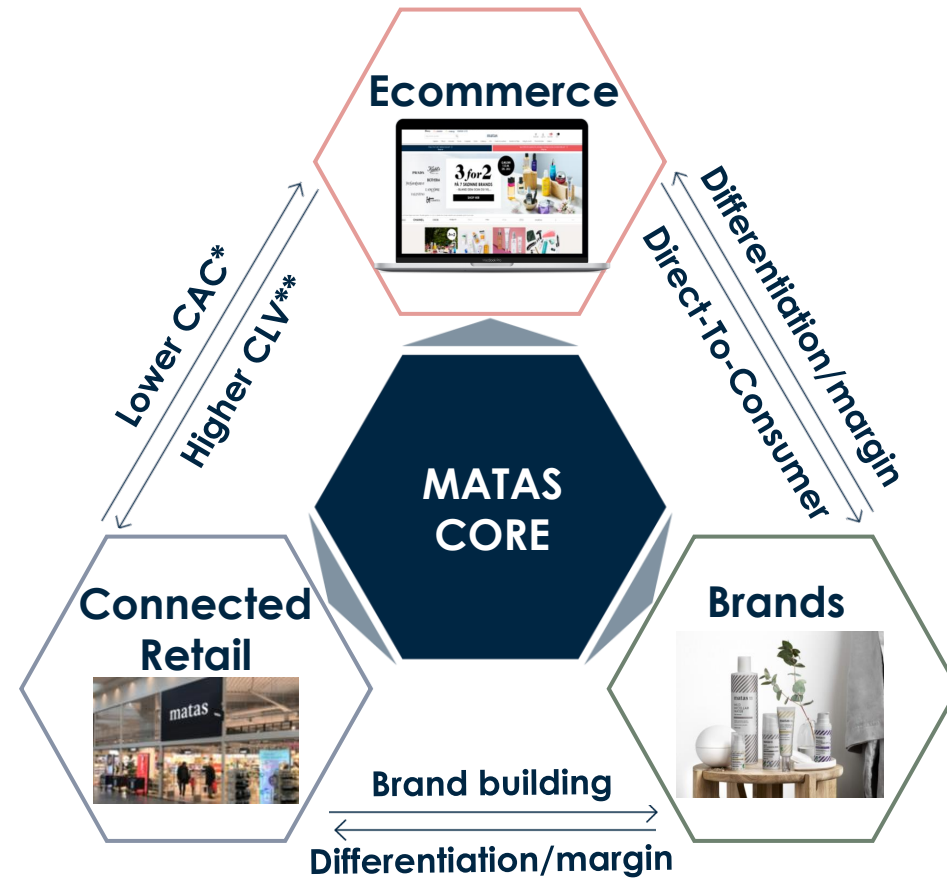
Butikkerne skal fastholde deres stærke position ved at blive mere digitale, konsolidere til færre men større butikker og forbedre driften yderligere



BRANDS

Matas vil udvide med flere egne brands og begynde at sælge dem via forhandlere i udlandet

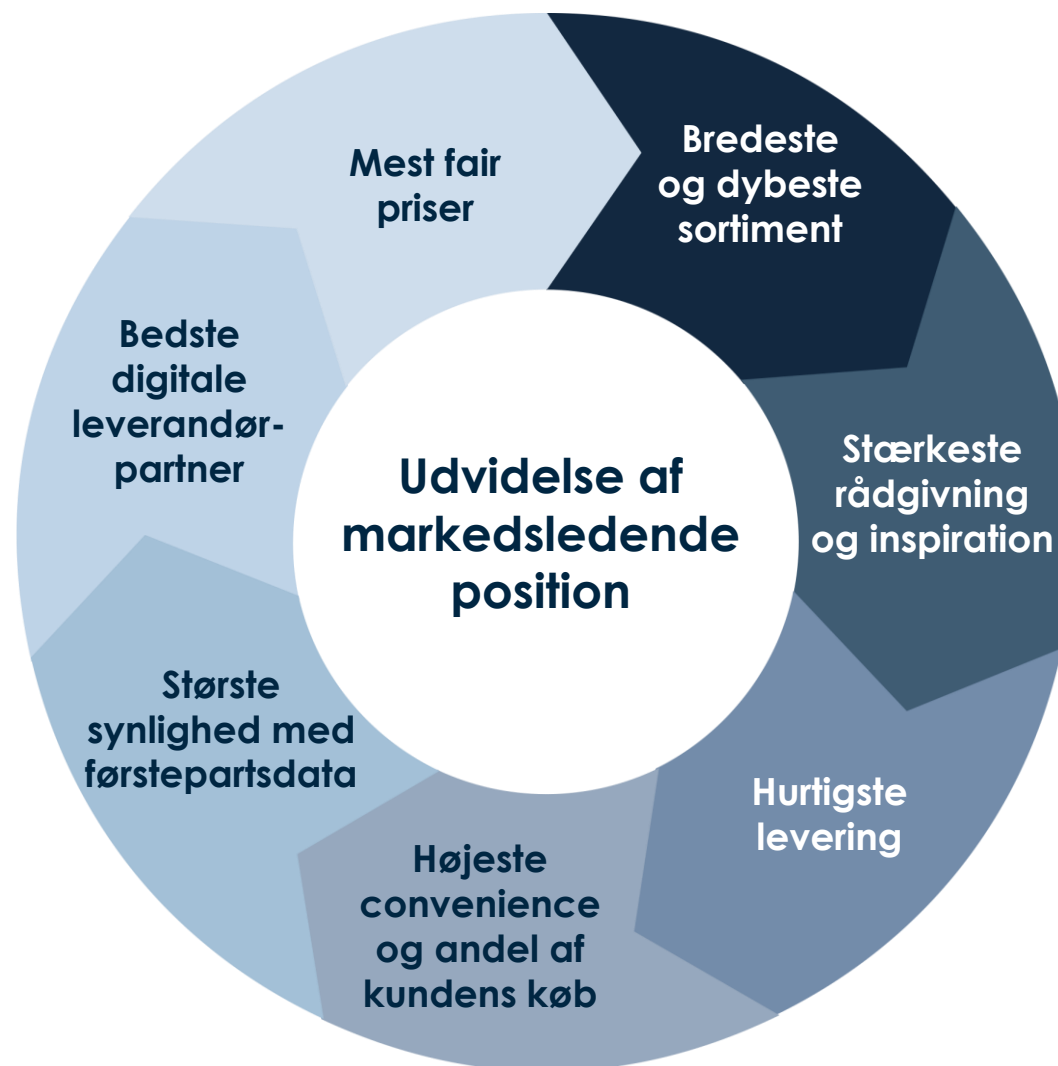
Matas Group består af tre gensidigt støttende vækstplatforme med en stærk fælles kerne der giver konkurrencemæssige fordele



Digitalisering af butikkerne **tilføjer et innovativt lag af digitale services**, der øger kundetilfredshed og indtjening pr. butik



Matas.dk skal **styrke og udvide sin markedsledende position** ved at erhverve omnikunder og øge salget pr. kunde



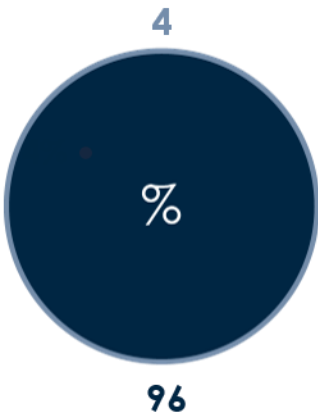
Matas Brands dækker over en eksisterende portefølje af internt udviklede brands og opkøbte 3. parts brands, plus en ny brandinkubator

Udvidelse af porteføljen af egne brands og partnerskaber

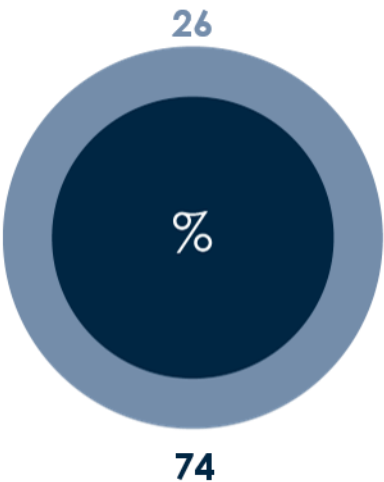


Rejsen fra brick & mortar til full blown Health & Beauty Group

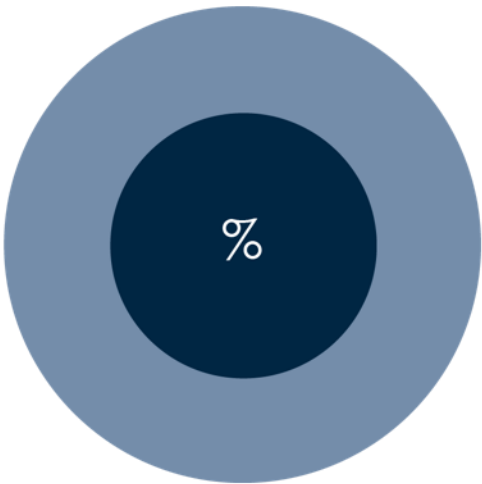
2017/18:
Brick & mortar retailer



2020/21:
Omnichannel retailer



2025/26:
Health & Beauty Group



● Butikker ● Ecommerce

TAK!

