

ondrop

En plattform som möjliggör ökad tillväxt



E-handel

- Behov av att generera trafik
- Varumärket äger kanalen
- Skapa en relevant kundupplevelse



Marknadsplats

- Finns redan en befintlig kundkrets
- Varumärket äger produktdatan
- Skapa en strategi för exponering



Återförsäljare

- Finns redan en befintlig kundkrets
- Återförsäljaren äger produktdatan
- Högre volymer till lägre marginal

”Marknadsplatser växte 6 x e-handelstakten (38%) år 2023”

Marknadslandskapet

När marknadsplatser växer och innehåll (ex. social media) samt e-handel kolliderar, är frågan inte *om* man ska spela, utan *var* och *hur*.

Marknadsplatser har ofta nedprioriterats av Nordiska varumärken som ser dem som konkurrenter till sina egna kanaler och återförsäljarpartners digitala plattformar.

Med tanke på nivån av digital utveckling, investeringar, fysisk infrastruktur och trafik av kunder som marknadsplatser generar globalt, kan endast ett fåtal varumärken förvänta sig att deras egna digitala kanaler kan hålla jämna steg med innovationen och kapaciteten hos ledande marknadsplatser.

Det borde vara en självklarhet att varumärken vill vara där kunderna är.

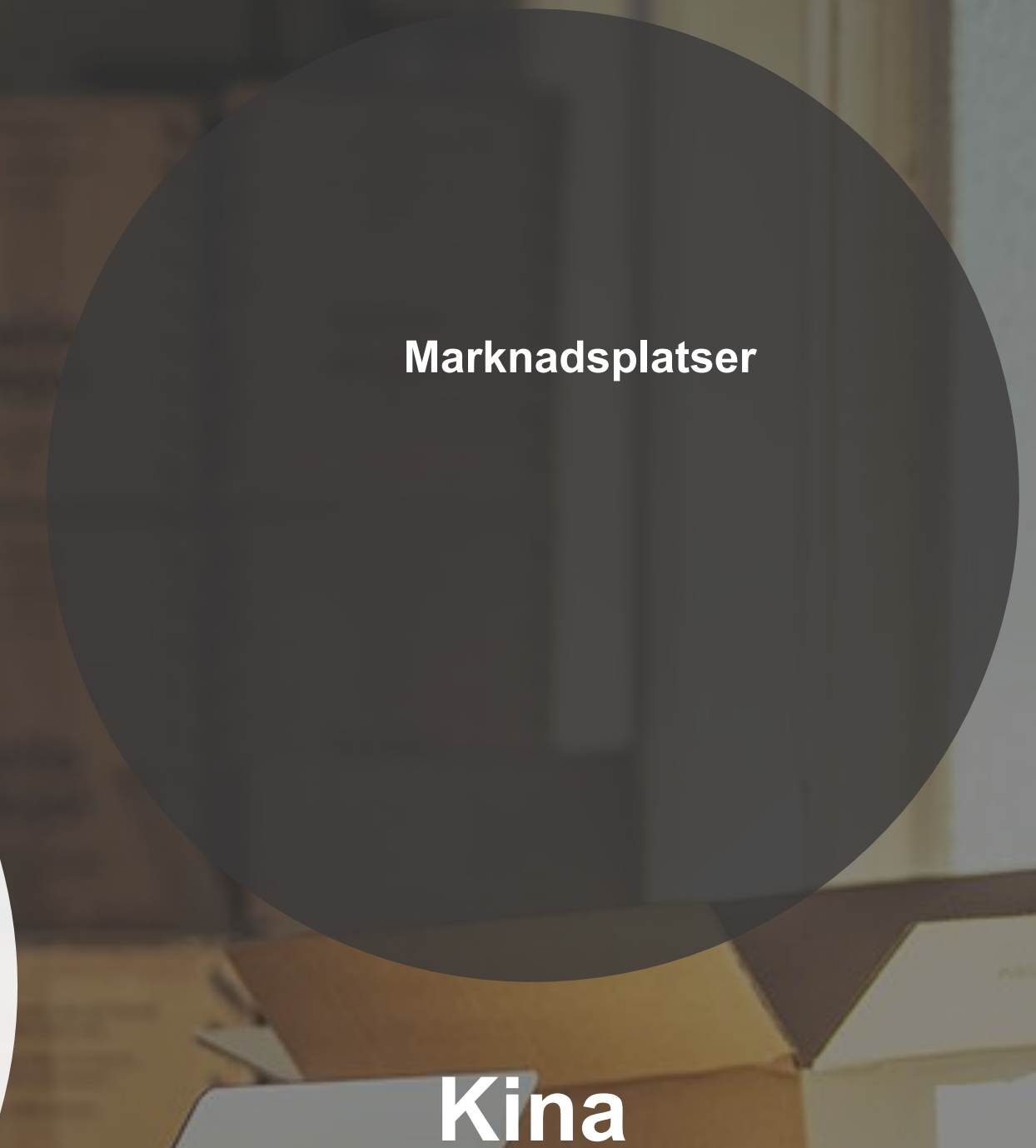
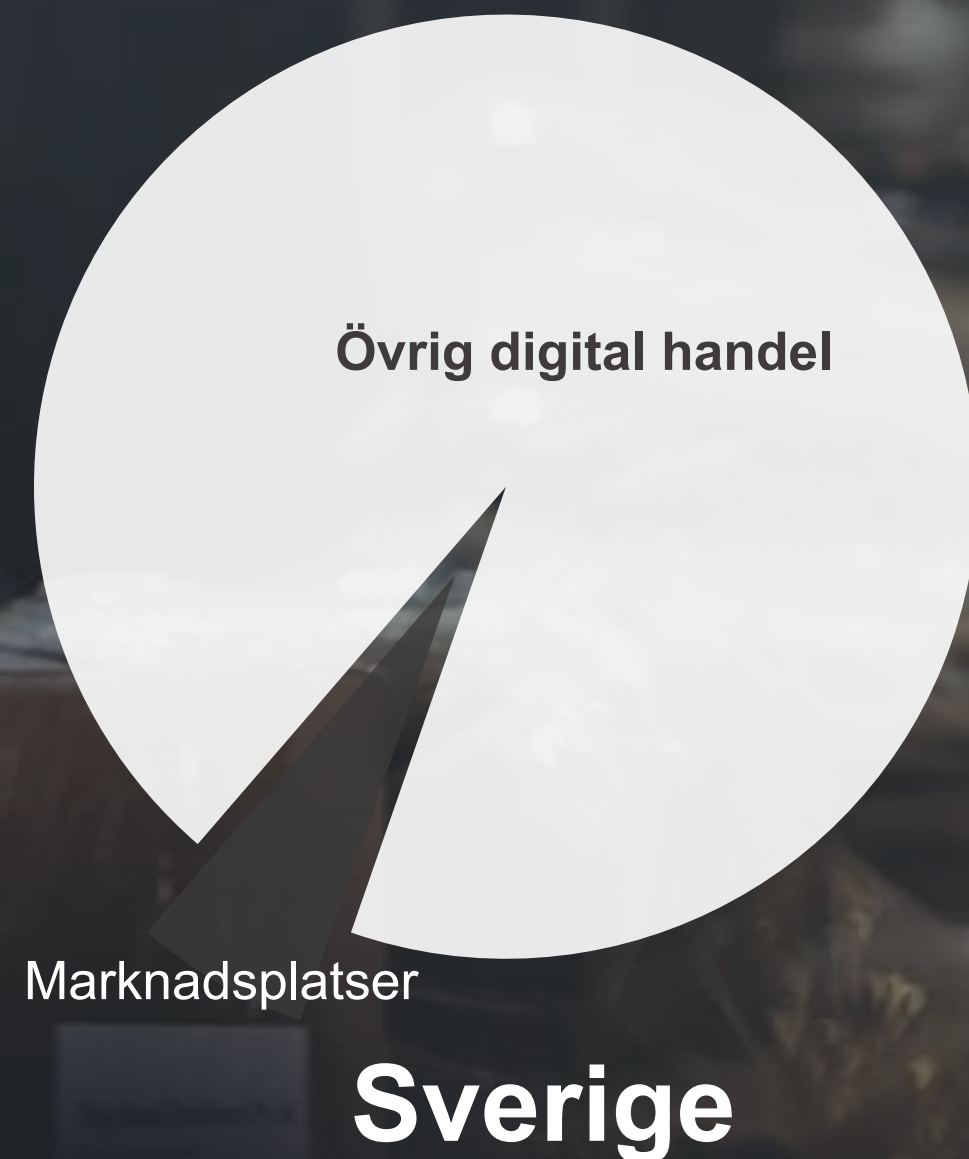
59%

av all e-handelsförsäljning kommer att ske via marknadsplatser 2027

38%

var tillväxten på marknadsplatser 2022, det är sex gånger e-handelstakten totalt sett 2023.

Tillväxtpotentialen på den Svenska marknaden



Graferna visar andel försäljning via digitala marknadsplatser av den totala digitala handeln

Plattforms- & nätverkshandel

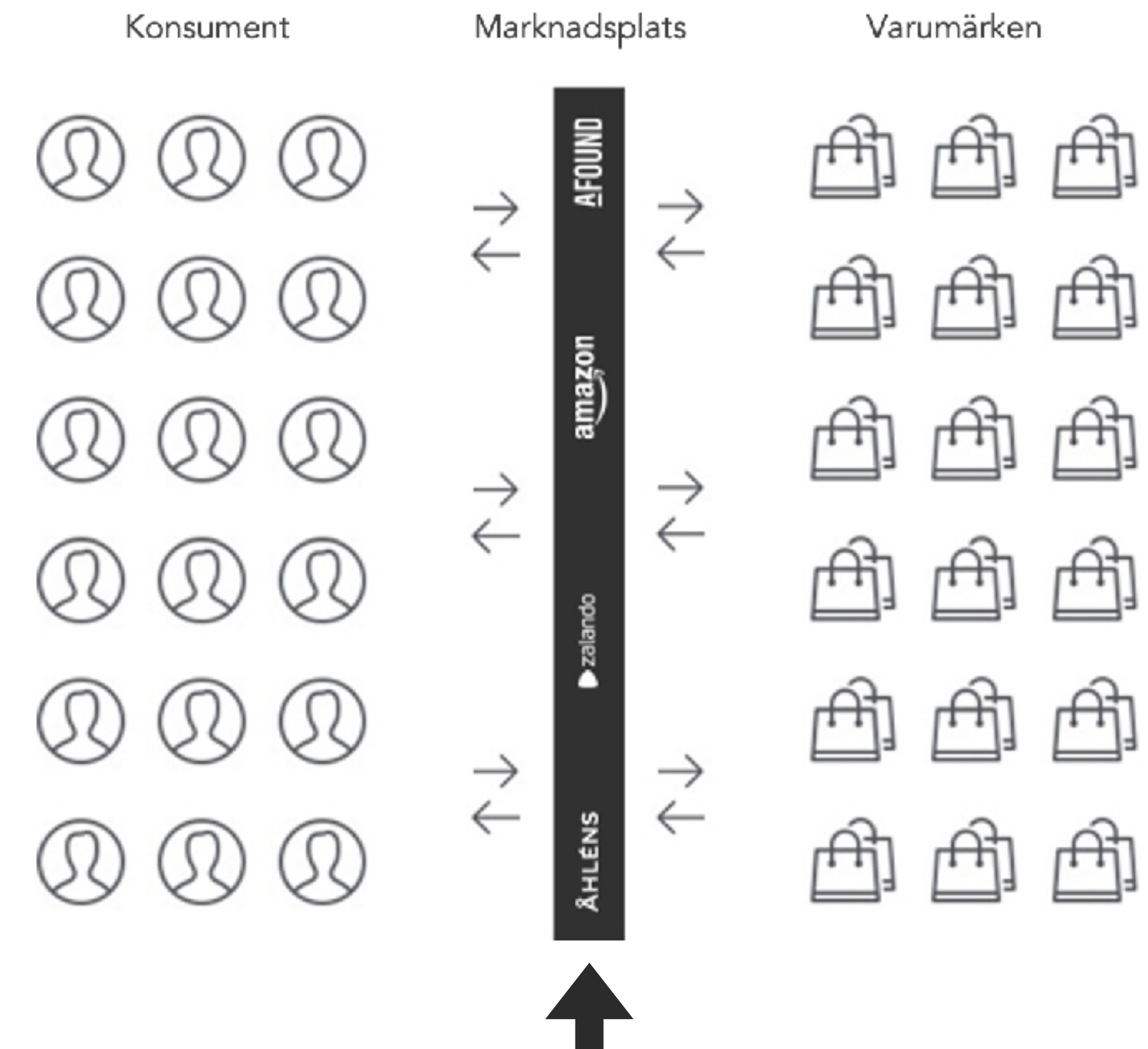
Ger ökade affärsmöjligheter

För varumärket / säljaren:

- + Ökad exponering av sortiment
- + Synkroniserat lager
- + Enklare att etablera på nya kanaler & marknader
- + Kontroll på prissättning, lager och produktinformation

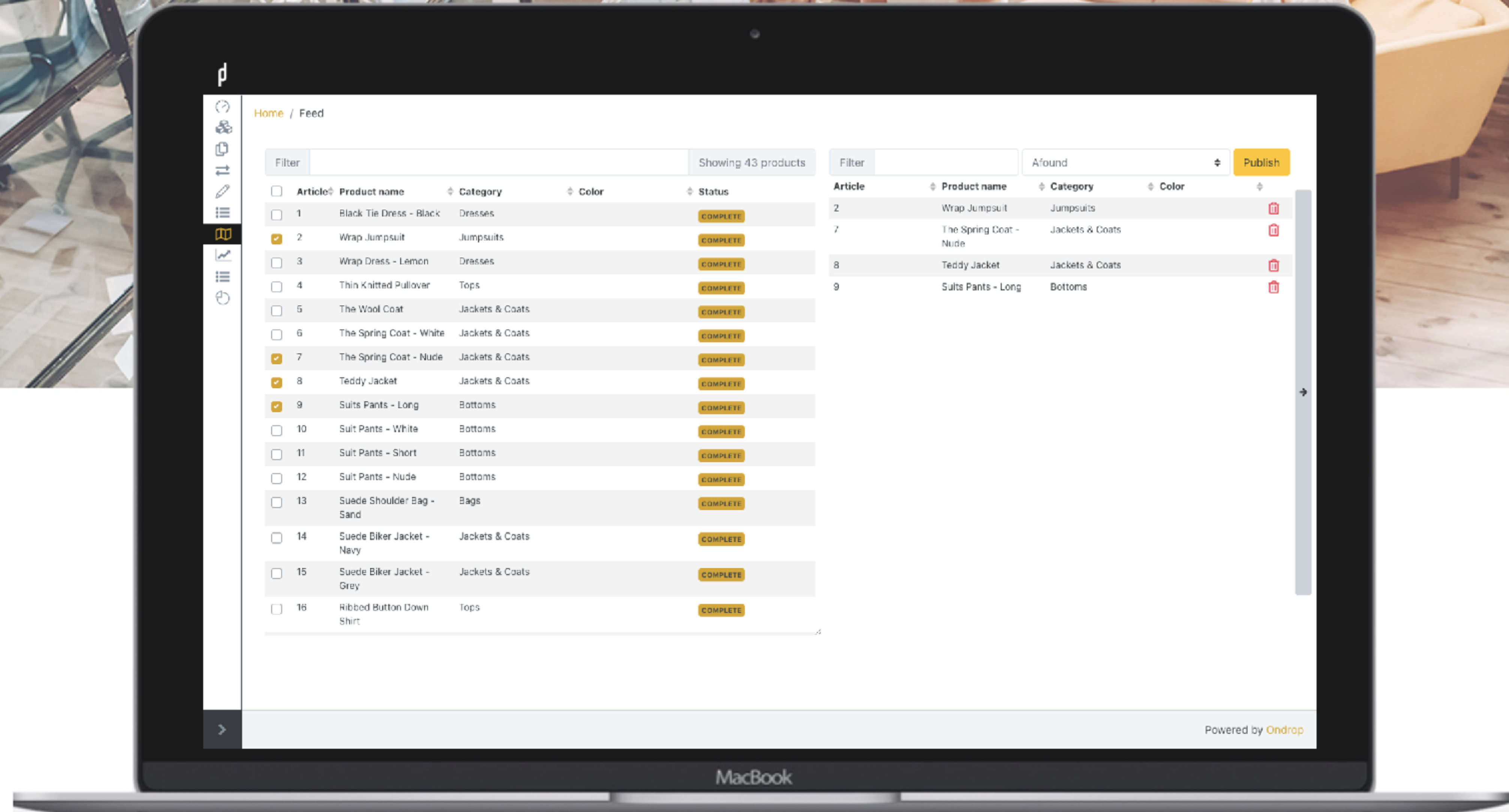
För marknadsplatsen:

- + Ingen investering av lager
- + Ökat sortiment
- + Fokus på kundupplevelsen, driva trafik & försäljning



Plattformsstrukturen går i huvudsak ut på att optimera nätverken. Ett tvåsidigt nätverk (ovan) definieras av att man kan höja attraktiviteten genom att förändra villkoren mellan varumärke och återförsäljare.

APPLIKATION - FEED ADMINISTRATION

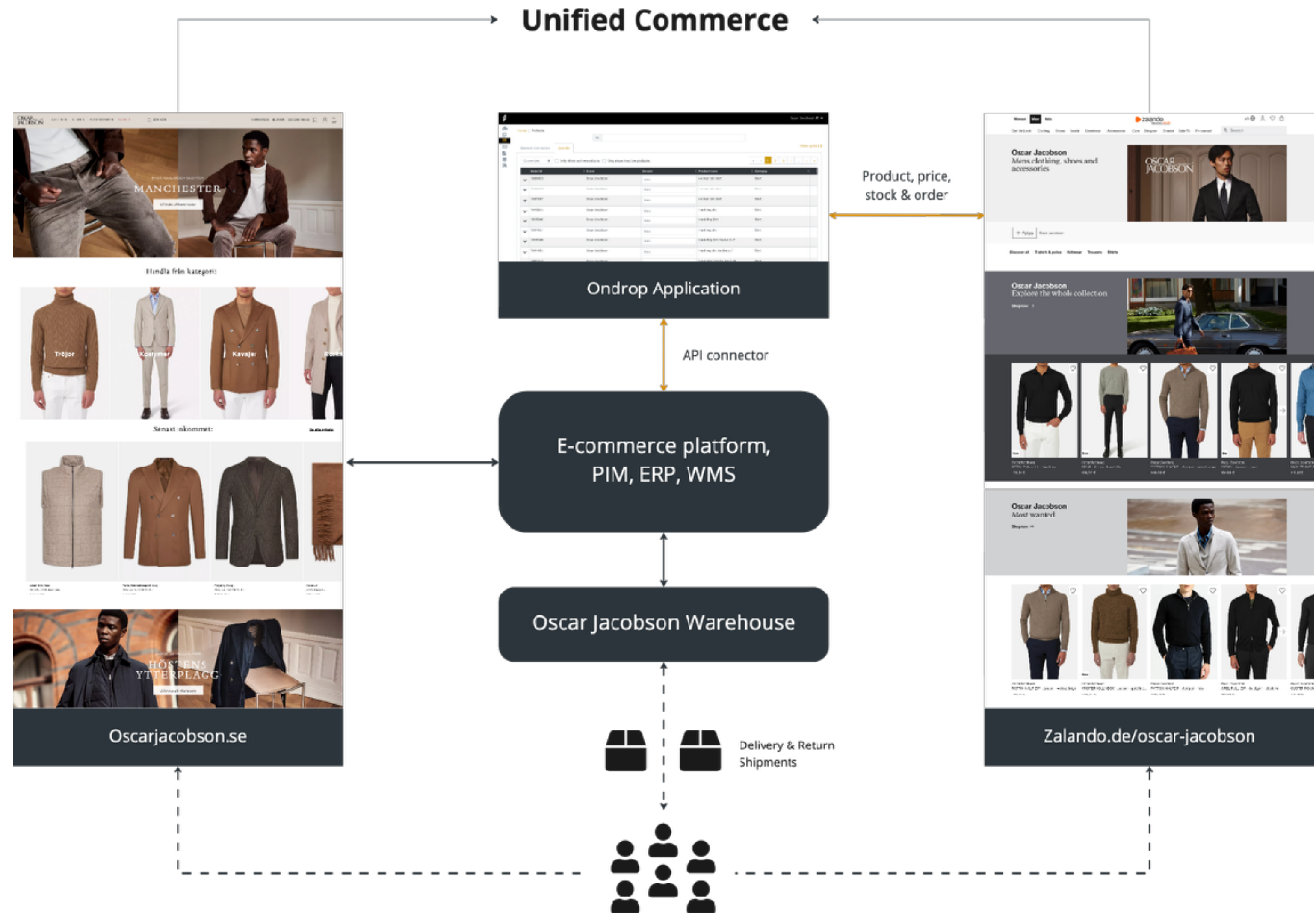


[Se en video-guide över "Product and mapping" på Ondrop applikationen \(extern länk\)](#)

Enhetlig oplevelse

Ondrop erbjuder en sömlös integration och samverkan mellan egna och externa försäljningskanaler.

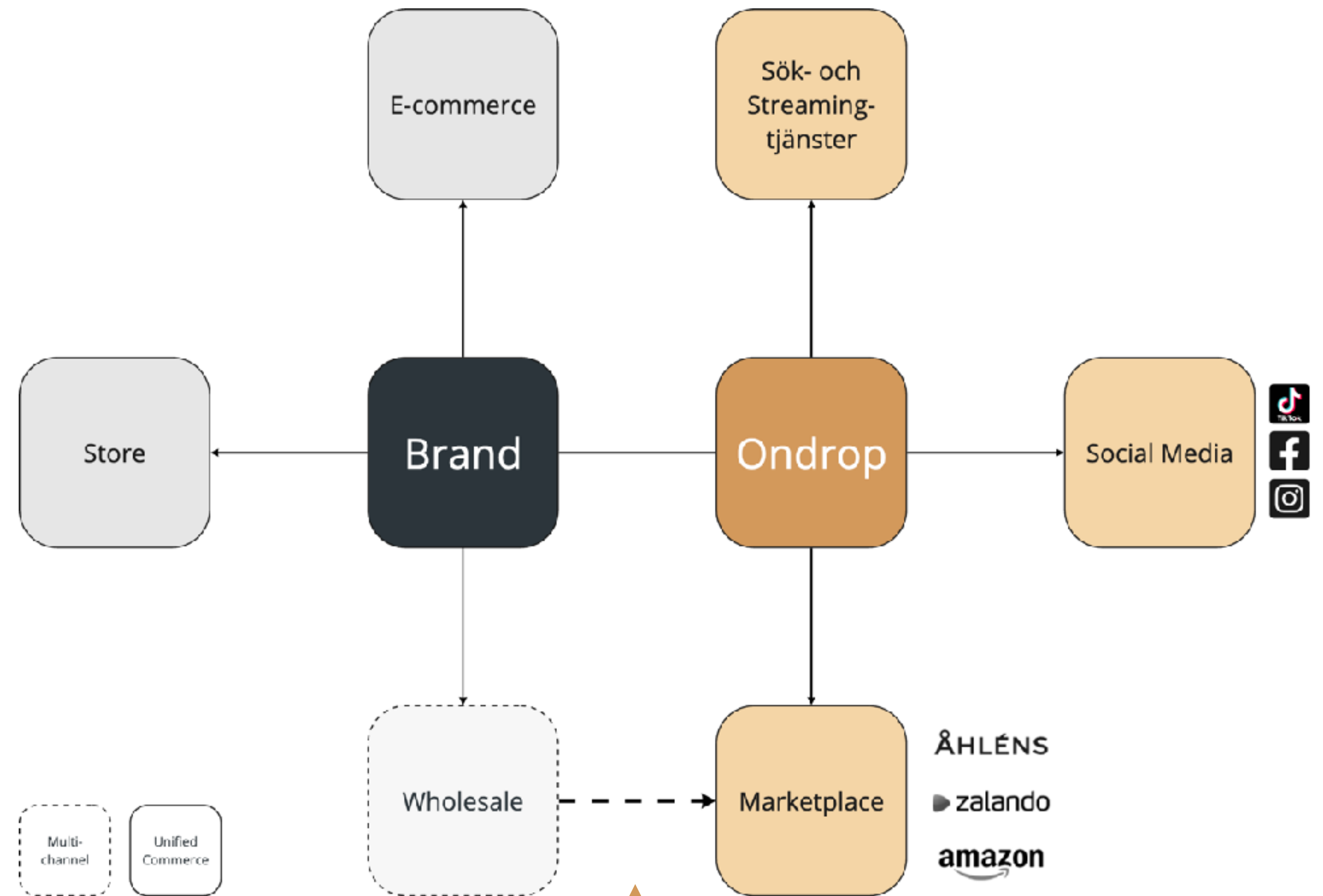
Med kontroll och ägandeskap av sortiment och priser, exponering kan varumärken erbjuda samma produktupplevelse som i den egna kanalen.



En sömlös integration kan orderhanteringen via marknadsplatser automatiseras och behandlas på samma sätt som en beställning från egna e-handeln

Handelsekosystem

Ondrop kan erbjuda varumärken ett helt uppkopplat handelsekosystem för externa försäljningskanaler.

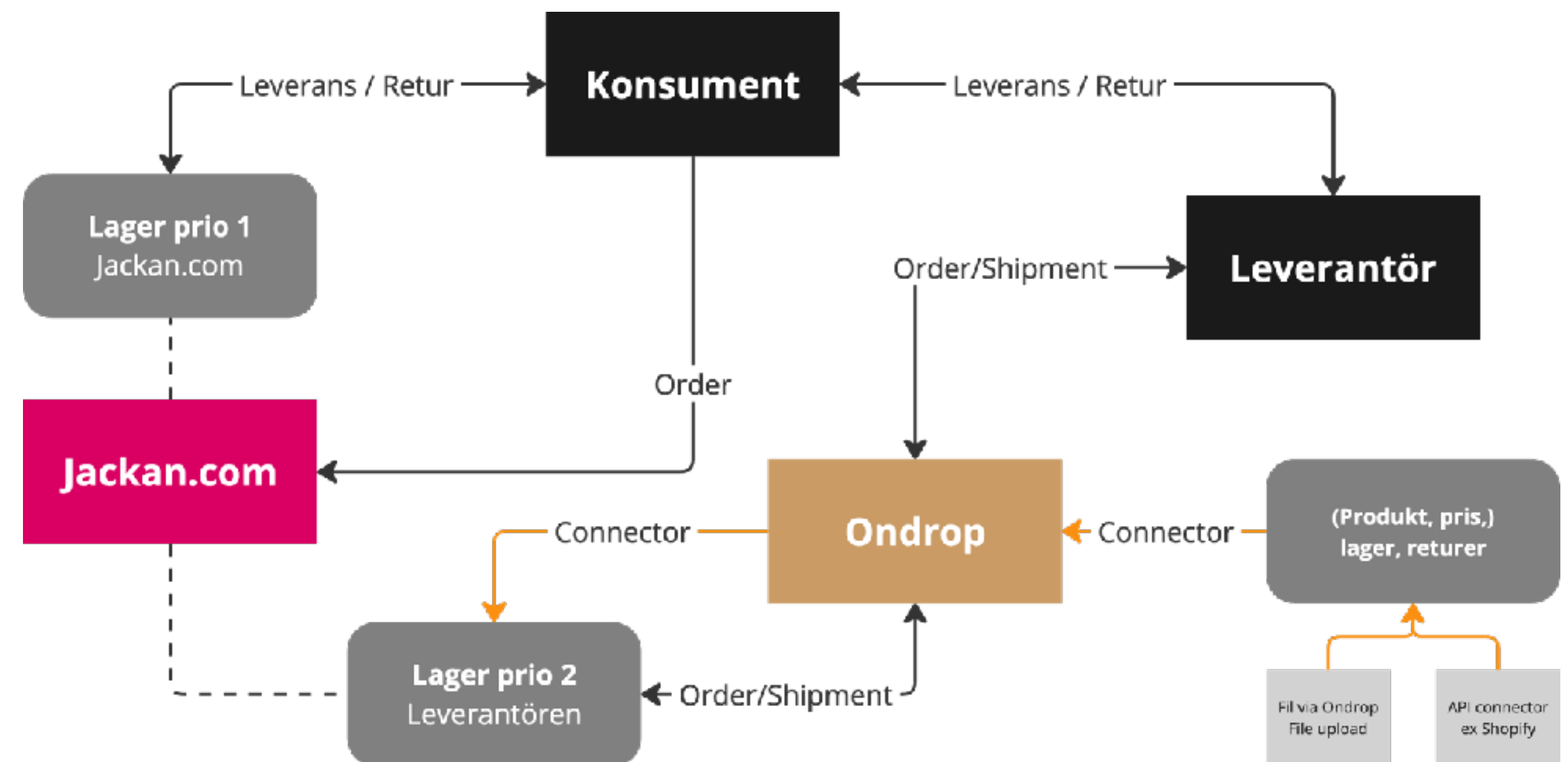


Rapporter visar att 75% av dagens traditionella återförsäljare kommer att anamma marknadsplatsmodellen år 2025.

Marknadsplatsmodellen

Ondrop skapar förutsättningar för återförsäljare att erbjuda leverantörer och varumärken försäljning av deras produkter via integration.

jackan.com erbjuder en hybrid av både traditionell wholesale och integration, precis som Åhlens, Stadium och Zalando.



Löser utmaningar med egenutvecklad integration

Med egen integration till marknadsplats

Hög kostnad att utveckla egen integration

Tidskrävande förvaltning av API:er, tekniska krav samt förändringar från marknadsplatsen

Låg skalbarhet: ny integration per marknadsplats

Betydligt **längre "Time-to-market"**

Svårt att ha rätt kompetens för både utveckling och förvaltning, samt erfarenhet av integrationer och marknadsplatsstrategier



Med Ondrop integrationsplattform

Nå **flera försäljningskanaler** via **endast en integration**

Effektivt att **testa nya kundgrupper**, **identifiera efterfrågan** och **expandera till nya marknader i samverkan med egna kanaler**

Val av marknadsplats **anpassad till varumärket** via gedigna analyser

Tillgång till miljontals nya kunder, via **en plattform med upparbetad kundkrets**

Låg investering, med en trygg partner med **erfarenhet och kompetens** inom tillväxt, onboarding och marknadsplatsadministration

Ondrop hjälper varumärken att lyckas på den moderna marknaden

Denna exponentiella tillväxt visar ett ökat värde av att **närvara på digitala marknadsplatser samt behovet av en välplanerad strategi** för att maximera resultatet.

En genomtänkt strategi och integrerad närvaro på **digitala marknadsplatser möjliggör ökad försäljning och kundanskaffning, samt stärker varumärket**

Ondrop stödjer företag på deras resa genom att erbjuda mer än bara en plattform för integration. Vi tillhandahåller även expertis, strategi och arkitektur - vilket blir **avgörande för att nå framgång på den komplexa digitala marknaden**

320%

ökningen av Ondrops kunders totala försäljning på marknadsplatserna 2023

”Partnerskapet med Ondrop har spelat en central roll i att förstärka vår närvaro och framgång på Zalando”

”Ondrop har hjälpt oss att integrera våra system med Zalando och automatisera viktiga processer. Detta har resulterat i en snabb och effektiv orderbehandling, vilket ökar vår kapacitet att möta våra kunders ökande behov.

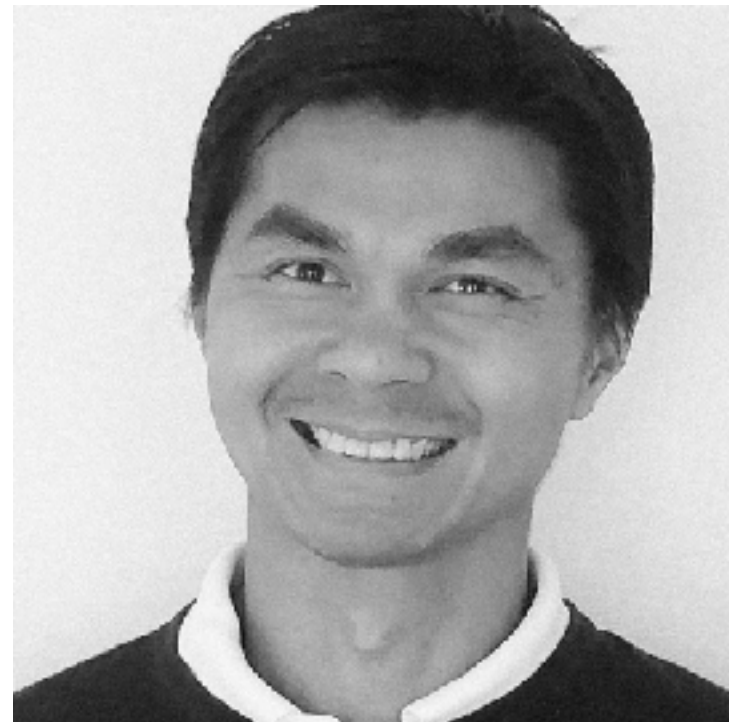
En annan viktig aspekt av samarbetet har varit den utmärkta kundsupport och servicen från Ondrop. Deras team har alltid varit tillgängliga för att hantera eventuella frågor eller problem som vi stött på längs vägen.

Vi är tacksamma för det arbete som har utförts hittills och är spända på vad framtiden har att erbjuda när vi fortsätter att växa och utvecklas tillsammans”

- Kristoffer Moberg, Sales Director, DR Denim



Grundarna av Ondrop affärsplattform



Arkitekt & Produktägare

Amarit är en arkitekt, systemutvecklare och senior tech lead som sedan -98 varit med och tagit fram ett flertal olika webblösningar åt företag som Kinnarps, Cervera, Blåkläder, Scandic och Mio.

Hans expertisområde är inom e-handelslösningar, integrationer samt informationsmodellering och att säkerställa den tekniska infrastrukturen. Han drivs av att skapa affärs och kundnytta och har gedigen erfarenhet av e-handel inom såväl B2C som B2B.



Marknad & Försäljning

Henrik Klintenberg har över tjugo års erfarenhet inom webb och e-handel. Under dessa år har han byggt fyra företag från grunden. Han har även jobbat som strategisk konsult för e-handelsbyråer samt arbetat som e-handelschef för ett av Skandinaviens största detaljhandel.

På senare år föreläst på IHM inom e-handel, digital transformation och innovation. Har även varit keynote speaker på webinarium som anordnats av bl.a. Amazon och Business Sweden.