

Nytt vinmonopolet.no og apper for iOS og Android

Vinmonopolet ga 2015 Bouvet oppdraget med å levere programvare- plattform for kanaluavhengig netthandel. Nytt vinmonopolet.no og apper for iOS og Android ble lansert juni 2016. Bouvet videreutvikler og forvalter løsningene i tett samarbeid med forretning og IT hos Vinmonopolet.



Løsningene videreutvikles og forvaltes av Bouvet i samarbeid med Vinmonopolet.

Utfordring Vinmonopolet er Norges ledende faghandelkjede og topper jevnlig TNS Gallups årlige omdømme- målinger. Et godt omdømme er sentralt for at Vinmonopolet skal beholde sin posisjon og forretningsmodell. Vinmonopolet.no var i sin tid en prisvinnende og god løsning men hadde kun vært gjennom mindre justeringer de siste årene. Vinmonopolet la en strategi for å revitalisere hele det digitale kundemøtet og svare på en kraftig vekst i besøk på mobil. Sentralt i strategien var å anskaffe en fremtidsrettet plattform og som støtter utvikling av verdiøkende digitale løsninger for salg, kommunikasjon og kundedialog. Løsningene må tilfredstille dagens krav til digitale kundemøter og ivareta og styrke Vinmopolets kundetilfredshet.

Plattform Bouvet har et av Norges største SAP-miljøer og leverte og leverer forvaltning på Vinmonopolets SAP-baserte ERP-løsning. Det ga gode forutsetninger for å vurdere plattform i et helhetlig perspektiv opp mot integra- sjoner, forvaltning og livstidskostnader utover kravene til funksjonalitet og fleksibilitet i plattformen. Bouvet tilbød SAP Hybris som bl.a Gartner rangerer som den ledende plattformen innen e-Handel og som Bouvet mente matchet Vinmonopolets krav og behov godt. SAP Hybris har god omnikanalstøtte og tilbyr standardiserte komponenter for integrasjoner med SAP ERP.

Kundetilfredshet i sentrum Vinmonopolet har et samfunnsoppdrag hvor de gjennom ansvarlig salg og omsetning av alkohol skal bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol. Virksomheten må drives i samsvar med vinmonopolloven og alkoholloven og følge alkohol- politiske målsettinger. Av dette følger bl.a. at Vinmonopolet skal likebehandle alle leverandører og produkter og ikke fokusere på økt salg eller mersalg. For prosjektet ga dette klare føringer og et sterkt fokus på kundetilfredshet.

Prosjektgjennomføring Teamet satt samlet hos Vinmonopolet sammen med Vinmonopolets prosjektgruppe. Gjennom workshops ble alle deler av løsningen gjennomgått, krav detaljert og akseptanskriterier definert. Avklaringer ble gjort i forhold til logistikk og datagrunnlag. Vi utviklet en ny helhetlig navigasjon på tvers av varer og redaksjonelt innhold. For å finne riktig fargepalett og visuelt uttrykk laget vi en merkevarepersona og besøkte utvalgte butikker hvor vi så på fargebruk og fysiske visuelle kommunikasjons-elementer. Appene ble designet i henhold til plattformspesifikke retningslinjer og både apper og nettløsning ble utviklet slik at de støtter krav til universell utforming. Gjennom prototyping jobbet vi frem konseptet i samarbeid med Vinmonopolet. Med en overvekt av brukere på mobile enheter, og ytterligere forventet vekst i mobile besøk, utviklet vi konseptet med Mobile First metodikk. I parallell med konseptutviklingen ble SAP Hybris plattformen satt opp og tekniske Proof Of Concept gjennomført på enkelte elementer for å minimere risiko tidlig.

Resultat Nye vinmonopolet.no og apper har god personalisering med favoritter og støtte for egne lister. Løsningen er godt mottatt på bl.a sentrale vinfora. Den viktigste vareinformasjonen er løftet frem og varer er beriket med kontekst ved å koble sammen geografi, produsenter og redaksjonelle artikler til varen. Appene er oppgave- rettet med strekkodeleser og kjøpsprosessen er enkel å forholde seg til. Nettsidene er responsive og det visuelle uttrykket samstemmer godt med Vinmonopolets identitet.

Etter 3 måneders drift var appene lastet ned 50 000 ganger og 12% av samtlige brukersesjoner var på app. Ny løsning har gitt 85% vekst i konverteringsgrad på mobil (fra 0,6% til 1,1%) og 33% vekst i konverteringsgrad på desktop (fra 1,9 til 2,5%) ved sammenligning jul/ aug 2016 vs jul/aug 2015.