



NTNU

Kunnskap for en bedre verden

Bacheloroppgave

AM301311 Bacheloroppgave

E-handelens innvirkning på kvinners forbrukeratferd

Kandidatnummer: 412, 414, 450

Totalt antall sider inkludert forsiden: 98

Innlevert Ålesund, 23.05.16

Obligatorisk egenerklæring/gruppeerklæring

Den enkelte student er selv ansvarlig for å sette seg inn i hva som er lovlige hjelpemidler, retningslinjer for bruk av disse og regler om kildebruk. Erklæringen skal bevisstgjøre studentene på deres ansvar og hvilke konsekvenser fusk kan medføre. **Manglende erklæring fritar ikke studentene fra sitt ansvar.**

Du/dere fyller ut erklæringen ved å klikke i ruten til høyre for den enkelte del 1-6:		
1.	Jeg/vi erklærer herved at min/vår besvarelse er mitt/vårt eget arbeid, og at jeg/vi ikke har brukt andre kilder eller har mottatt annen hjelp enn det som er nevnt i besvarelsen.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.	Jeg/vi erklærer videre at denne besvarelsen: <ul style="list-style-type: none">• ikke har vært brukt til annen eksamen ved annen avdeling/universitet/høgskole innenlands eller utenlands.• ikke refererer til andres arbeid uten at det er oppgitt.• ikke refererer til eget tidligere arbeid uten at det er oppgitt.• har alle referansene oppgitt i litteraturlisten.• ikke er en kopi, duplikat eller avskrift av andres arbeid eller besvarelse.	<input checked="" type="checkbox"/>
3.	Jeg/vi er kjent med at brudd på ovennevnte er å <u>betrakte som fusk</u> og kan medføre annullering av eksamen og utestengelse fra universiteter og høgskoler i Norge, jf. Universitets- og høgskoleloven §§4-7 og 4-8 og Forskrift om eksamen.	<input checked="" type="checkbox"/>
4.	Jeg/vi er kjent med at alle innleverte oppgaver kan bli plagiatkontrollert i Ephorus, se Retningslinjer for elektronisk innlevering og publisering av studiepoenggivende studentoppgaver	<input checked="" type="checkbox"/>
5.	Jeg/vi er kjent med at høgskolen vil behandle alle saker hvor det forligger mistanke om fusk etter NTNUs studieforskrift.	<input checked="" type="checkbox"/>
6.	Jeg/vi har satt oss inn i regler og retningslinjer i bruk av kilder og referanser på biblioteket sine nettsider	<input checked="" type="checkbox"/>

Publiseringsavtale

Studiepoeng: 15

Veileder: Bjørn Nervik

Fullmakt til elektronisk publisering av oppgaven

Forfatter(ne) har opphavsrett til oppgaven. Det betyr blant annet enerett til å gjøre verket tilgjengelig for allmennheten ([Åndsverkloven §2](#)).

Alle oppgaver som fyller kriteriene vil bli registrert og publisert i Brage med forfatter(ne)s godkjenning.

Opgaver som er unntatt offentlighet eller båndlagt vil ikke bli publisert.

Jeg/vi gir herved NTNU i Ålesund en vederlagsfri rett til å gjøre oppgaven tilgjengelig for elektronisk publisering:

ja nei

Er oppgaven båndlagt (konfidensiell)?

ja nei

(Båndleggingsavtale må fylles ut)

- Hvis ja:

Kan oppgaven publiseres når båndleggingsperioden er over?

ja nei

Er oppgaven unntatt offentlighet?

ja nei

(inneholder taushetsbelagt informasjon. [Jfr. Offl. §13/Fvl. §13](#))

Dato: 23.05.16

Sammendrag

I denne bacheloroppgaven har vi undersøkt hvordan den økende interessen for e-handel har påvirket kleshandelen til kvinner mellom 18 og 35 år. For å ha muligheten til å svare på vår problemstilling på en ryddig og oversiktlig måte, utarbeidet vi antakelser og forskningsspørsmål i tillegg til problemstillingen.

Det har blitt anvendt både kvantitative og kvalitative undersøkelser i form av spørreundersøkelse og dybdeintervjuer. Spørreundersøkelsen ble opprettet gjennom netjtjenesten SurveyMonkey.com, og vi delte den deretter på sosiale medier, da målgruppen vi ønsker å nå er flittige brukere av slike plattformer.

Resultatene fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene viser at den økende interessen og bruken av internett som salgskanal påvirker forbrukeratferden og beslutningsprosessen til kvinner ved kleshandel. Forbrukerne viser, i visse situasjoner, en annerledes forbrukeratferd når de handler klær henholdsvis i fysisk butikk og i nettbutikk.

Forord

Etter tre år ved NTNU i Ålesund er vi stolte av å levere denne bacheloroppgaven som et sluttresultat av vårt studie, Handels- og serviceledelse ved avdeling for internasjonal business.

Valg av tema begynte vi å tenke på i løpet av høstsemesteret 2015. Med tanke på vår studieretning, visste vi fra start at vi ønsket å skrive om noe innenfor handel, men da e-handel interesserer oss spesielt, endte vi til slutt på det. I januar 2016 var det endelige temaet fastsatt, og dermed kunne vi begynne den interessante reisen videre.

Proessen har vært ekstremt lærerik, utfordrende og spennende, og dette er noe vi med stor sikkerhet vil ta med oss videre i livet. Med tanke på all innsats vi har lagt i denne besvarelsen, håper vi også at andre kan la seg inspirere av våre funn.

Vi ønsker å rette en varm takk til vår veileder, Bjørn Nervik, for alle gode tilbakemeldinger og råd, samt for at han har vært en stor inspirasjon hele veien.

Vi vil også takke alle som har deltatt i spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene, uten deres deltagelse ville ikke denne bacheloroppgaven vært mulig å gjennomføre.

Helt til slutt ønsker vi også å takke hverandre for et flott samarbeid, samt våre støttespillere på veien mot et ferdig resultat.

Ålesund, 23.05.2016

Innholdsfortegnelse

1.0 INTRODUKSJONSKAPITTEL	7
1.1 BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA	7
1.2 FORMÅL	7
1.3 AVGRENSNINGER	7
1.4 PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL	7
1.5 GJENNOMGANG AV OPPGAVENS OPPBYGGING	8
2.0 TEORIKAPITTEL	7
2.1 FORBRUKERATFERD	9
2.1.1 YTRE PÅVIRKNINGSFAKTORER (INNDATA)	10
2.1.2 FORBRUKERNES BESLUTNINGSPROSESS (PROSESSERING)	10
2.1.3 ETTERKJØPSATFERD (UTDATA)	11
2.2 E-HANDEL	12
2.3 SALGSKANALER	13
2.4 KUNDESERVICE	13
2.5 KUNDELOJALITET	13
3.0 METODEKAPITTEL	14
3.1 PRIMÆR- OG SEKUNDÆRDATA	14
3.2 TEORETISKE ANTAKELSER	14
3.3 KVANTITATIV METODE	15
3.3.1 FORSKNINGSDESIGN	15
3.3.2 DATAINNSAMLING	15
3.3.3 UTVALGSSTRATEGI	15
3.3.4 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA	15
3.3.5 GJENNOMFØRING AV SPØRRESKJEMA	16
3.4 KVALITATIV METODE	17
3.4.1 FORSKNINGSDESIGN	17
3.4.2 DATAINNSAMLING	17
3.4.3 UTVALGSSTRATEGI	18
3.4.4 UTFORMING AV INTERVJU	18
3.4.5 GJENNOMFØRING AV INTERVJU	19
3.5 RELIABILITET OG VALIDITET	20
3.5.1 VURDERING AV RELIABILITET OG VALIDITET	20
3.6 KRITISK REFLEKSJON	20
4.0 RESULTATKAPITTEL	21
4.1 RESULTAT FRA SPØRREUNDERSØKELSE	21
4.2 RESULTAT FRA DYBDEINTERVJUER	30
5.0 ANALYSE OG DRØFTINGSKAPITTEL	33
5.1 VURDERING AV ANTAKELSENE	33
5.1.1 ANTAKELSE 1	33
5.1.2 ANTAKELSE 2	33
5.1.3 ANTAKELSE 3	34
5.1.4 ANTAKELSE 4	34

5.1.5 ANTAKELSE 5	34
5.1.6 ANTAKELSE 6	35
5.2 VURDERING AV FORSKNINGSSPØRSMÅL	35
5.2.1 FORSKNINGSSPØRSMÅL 1	35
5.2.2 FORSKNINGSSPØRSMÅL 2	36
5.2.3 FORSKNINGSSPØRSMÅL 3	37
5.2.4 FORSKNINGSSPØRSMÅL 4	38
5.2.5 FORSKNINGSSPØRSMÅL 5	42
5.2.6 ANDRE FUNN	43
6.0 AVSLUTNINGSKAPITTEL	44
6.1 ANBEFALINGER	44
6.1.1 ANBEFALING 1 – UTVALG	44
6.1.2 ANBEFALING 2 - LEVERINGSTID	44
6.1.3 ANBEFALING 3 - PASSFORM	45
6.1.4 ANBEFALING 4 – OMNIKANAL	45
6.1.5 ANBEFALING 5 – PRIS OG KUNDELOJALITETSFORDELER	46
6.1.6 ANBEFALING 6 – RETUR	46
6.2 KONKLUSJON	47
6.3 TIPS TIL FREMTIDIG FORSKNING	48
BIBLIOGRAFI	49
VEDLEGG 1	51
VEDLEGG 2	73
VEDLEGG 3	75

1.0 Introduksjonskapittel

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Bakgrunnen for vår bacheloroppgave er den økende interessen og bruken av internett som salgskanal. Handel i fysiske butikker har de siste årene fått stor konkurranse fra andre salgskanaler som e-handel. I følge Virkes rapport for 2013/14, i Detaljhandelsboken 2016, er kjøp av klær og sko de hyppigste kjøpene på nett, samt at det er det nest største vareområdet målt ut fra omsetning. E-handel er når forbrukeren selger, kjøper eller bytter et produkt, en tjeneste eller informasjon ved bruk av internett, og dette kan nå vurderes som et likestilt alternativ til tradisjonell handel i fysiske butikker (IBA, 2015, s.157).

I følge Detaljhandelsboken 2016, ble 69,1 milliarder kroner brukt på netthandel i 2014. Dette tallet består av ulike varekategorier og tjenester som data, elektronikk og hvitevarer, bøker, kosmetikk, sportsutstyr, sko, klær, reiser og dagligvarer. Ifølge Statistisk sentralbyrå utgjør kjøp av klær 7% av hele omsetningen, og størst økning skjedde i aldersgruppen 24-44 år (IBA, 2015, s.157-158). I følge Virkes eHandelsbarometer (2015) har disse tallene steget. Nordmenn handlet varer og tjenester på nett for 70 milliarder kroner i 2015, hvor varer stod for 29, 9 milliarder kroner. Varekategorien klær, sko, smykker, klokker og vesker stod for 21,5 % av omsetningen i 2015 (Virke, 2015, Kvartal 1-4).

1.2 Formål

Formålet med denne oppgaven er å studere hvordan den økende interessen for e-handel har påvirket forbrukeratferden til kvinner mellom 18 og 35 år ved kjøp av klær. Vi ønsker også å se på forskjeller i forbrukeratferden ved kleshandel på de forskjellige salgskanalene (fysisk butikk og nettbutikk).

1.3 Avgrensninger

Vi har valgt å avgrense oss til kvinner mellom 18 og 35 år, kjøp av klær og salgskanalene fysiske butikker og nettbutikker. Dette betyr at hver gang ordet *forbrukerne* blir nevnt i analyse og drøftingskapittelet, samt i definisjonene av antakelser og forskningsspørsmål, så gjelder dette kvinner mellom 18 og 35 år.

1.4 Problemstilling og forskningsspørsmål

"Hvordan har den økende interessen for e-handel påvirket kleshandelen til kvinner mellom 18 og 35 år?"

Vi har formulert og utarbeidet følgende forskningsspørsmål som hjelp til å kunne besvare vår problemstilling:

1. Hvilken salgskanal foretrekker forbrukerne ved kjøp av klær og hvorfor?
2. Hvor stor betydning har bostedet til forbrukerne ved valg av salgskanal?
3. Hvilke ytre påvirkningsfaktorer har størst innflytelse på forbrukerne før et kleskjøp?
4. Hva slags likheter/ulikheter finnes det i forbrukernes beslutningsprosess ved kjøp av klær i nettbutikk og i fysisk butikk?
5. Hvilken innstilling har forbrukerne i forhold til gjentakende kleskjøp i nettbutikk og i fysisk butikk?

1.5 Gjennomgang av oppgavens oppbygging



Figur 1: Oppgavestruktur

I *introduksjonskapittelet* har vi presentert bakgrunn for valg av tema, formålet, avgrensingene, problemstillingen og forskningsspørsmålene.

Videre vil vi presentere relevant teori og sekundærdata i *teorikapittelet*. Da vi ønsker å se på forbrukeratferden til kvinner ved kleshandel i fysiske butikker og i nettbutikker, har vi valgt en egentilpasset utgave av beslutningsmodellen (*A simple model of consumer decision-making*) til Schiffman mfl. (2012, s.69) som vår hovedteori. Vi har besluttet å oversette modellen til norsk, inkludere den femte p'en – personell, samt endre punktet som opprinnelig heter 'Sociocultural Environment' til 'Referansegrupper'. Vi har også tatt for oss teori om e-handel, salgskanaler, kundeservice og kundelojalitet.

I *metodekapittelet* kommer våre valg av metoder frem, hva slags primærdata vi har valgt å samle inn, samt forklaring til de valgene vi har tatt.

I *resultatkapittelet* blir de viktigste resultatene fra spørreundersøkelsen og hovedfunnene fra dybdeintervjuene fremlagt.

I *analyse og drøftingskapittelet* bruker vi resultatene fra den kvantitative og den kvalitative forskningen til å analysere og drøfte dem opp i mot den foreliggende teorien. Med tanke på at vi valgte å utarbeide antakelser og forskningsspørsmål for å kunne besvare problemstillingen, vil vi bekrefte/avkrefte antakelsene, samt svare på forskningsspørsmålene vi lagde før vi startet forskningen.

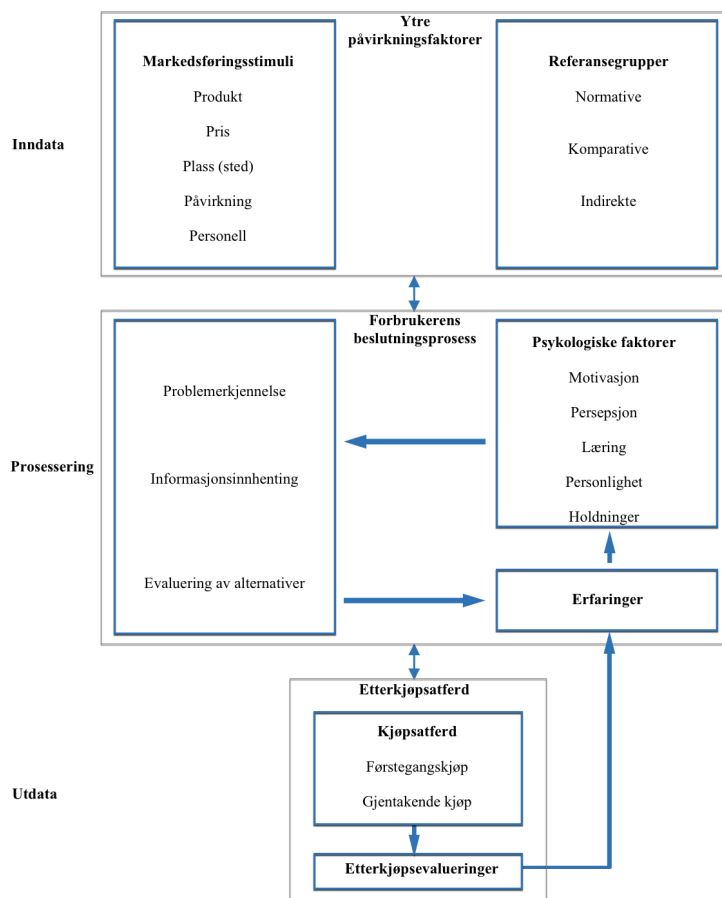
I *avslutningskapittelet* presenterer vi anbefalinger for å øke andelen av kleshandel på nett, der noe er basert på svar vi fikk i dybdeintervjuene.

2.0 Teorikapittel

2.1 Forbrukeratferd

Begrepet forbrukeratferd defineres av Schiffman mfl. (2012, s.2) som "den atferden forbrukere viser ved å søke etter, kjøpe, bruke, evaluere og kvitte seg med produkter og tjenester som de forventer skal tilfredsstille deres behov". Det er interessant å se på *hva* de individuelle forbrukerne kjøper, *hvorfor* de kjøper det, *når* de kjøper det, *hvor* de kjøper det, *hvor ofte* de kjøper det, *hvor ofte* de bruker det, hvordan de *evaluerer* produktet etter kjøpet, *hva slags påvirkning* disse evalueringene har på fremtidige kjøp og *hvordan* de *kvitter seg* med det. Forbrukeratferd har endret seg drastisk de siste tiårene og internett har vært med på å forandre dette (Schiffman mfl., 2012, s.2).

Beslutningsmodellen til Schiffman mfl. (2012, s.69) tar for seg hele prosessen forbrukerne går i gjennom ved kjøp av et produkt.



Figur 2: Modifisert versjon av 'A simple model of consumer decision-making', (Schiffman mfl., 2012, s.69)

2.1.1 Ytre påvirkningsfaktorer (Inndata)

Dette er ytre påvirkningsfaktorer som har en innflytelse på forbrukernes beslutningsprosess (Schiffman mfl., 2012, s.68).

2.1.1.1 Markedsføringsstimuli

Markedsføringsstimuli er bedriftens egen innsats for å nå ut til, informere og prøve å overbevise de potensielle kundene til å velge nettopp deres produkt (Schiffman mfl., 2012, s.68). Det består av en konkret markedsføringsmiks som inkluderer de fire P'ene; produkt (varianter, kvalitet, merkenavn), pris (rabatter, betalingsbetingelser), plass (spredning, utvalg, transport), påvirkning (salgsfremmende tiltak, reklame, annonsering, salgsapparat). I senere år har også en femte P blitt introdusert, nemlig; personell (deres holdninger, kunnskap, motivasjon) (Kotler, 2005, s.17).

2.1.1.2 Referansegrupper

Referansegrupper en person eller gruppe som har en stor innflytelse på forbrukerne når det kommer til å forme egne spesifikke eller generelle verdier og holdninger, og de kan også være en guide for atferd. En *normativ* referansegruppe påvirker generelle verdier og atferd, dette er for eksempel familie og venner. *Komparative* referansegrupper kan være naboer eller andre i omkretsen til familien som også kan påvirke holdninger og atferd. *Indirekte* referansegrupper består av de personer eller grupper som forbrukerne ikke har direkte kontakt med som for eksempel kjendiser, bloggere eller andre inspirasjonskilder (Schiffman mfl., 2012, s.295-296).

Begge disse ytre påvirkningsfaktorene har en tendens til å ha innflytelse på hva forbrukerne kjøper og hvordan forbrukerne bruker selve produktet (Schiffman mfl., 2012, s.68).

2.1.2 Forbrukernes beslutningsprosess (Prosessering)

Forbrukernes beslutningsprosess dreier seg om hvordan forbrukere tar beslutninger. De psykologiske faktorene representerer de indre påvirkningsfaktorene (motivasjon, persepsjon, læring, personlighet og holdninger) som har en innflytelse på forbrukerne i beslutningsprosessen (hva de vil ha eller trenger, deres produktbevissthet, informasjonsinnhenting og evaluering av alternativer) (Schiffman mfl., 2012, s.69-70).

Forbrukernes beslutningsprosess består av tre stadier:

2.1.2.1 Problemerkjennelse

Problemerkjennelsen oppstår når forbrukerne registrerer et faktisk problem som skaper avstand mellom nåtilstand og ønsket tilstand. Både indre (registrere et behov eller mangel på noe man trenger) og ytre påvirkningsfaktorer (for eksempel reklame eller venner/familie) har

innflytelse på forbrukernes problemerkjenning. Det oppstår en psykologisk spenning frem til den enkelte forbruker kjøper produktet og får løst problemet. Etter å ha registrert sitt faktiske problem begynner forbrukerne å finne løsninger på hvordan problemet kan løses (Selnes og Lanseng, 2014, s.222-223).

2.1.2.2 Informasjonsinnhenting

Når forbrukerne har innsett behovet, begynner informasjonsinnhenting. Tidligere erfaringer kan være nok til at forbrukerne kan ta et tilfredsstillende valg, men hvis forbrukerne derimot ikke har noen erfaring fra før, må de vurdere om de skal gjøre et mer omfattende informasjonssøk. Den enkelte forbruker søker som regel informasjon fra sitt eget minne (psykologiske faktorer og tidligere erfaringer) før de gjør et eksternt informasjonssøk. Jo større erfaring forbrukerne har fra før, jo mindre ekstern informasjon er nødvendig. Av og til er disse også kombinert (Schiffman mfl., 2012, s.70).

2.1.2.3 Evaluering av alternativer

På dette stadiet begynner forbrukerne å evaluere forskjellige produkter. De må tilegne seg en oversikt over de forskjellige produktene og de forskjellige leverandørene som kan tilfredsstillende behovet, eller eventuelt bør unngås (Selnes og Lanseng, 2014, s.230-231).

2.1.3 Etterkjøpsatferd (Utdata)

Dette punktet inkluderer to typer av etterkjøpsatferd som er svært knyttet til hverandre; kjøpsatferd og etterkjøpsevalueringer.

2.1.3.1 Kjøpsatferd

Kjøpsatferd kan bli delt inn i to typer forskjellige kjøp; førstegangskjøp og gjentakende kjøp. Et førstegangskjøp er når en forbruker kjøper produktet (merket) for første gang. Det blir sett på som det utforskende stadiet av kjøpsatferd der forbrukerne forsøker å evaluere produktet (merket) ved direkte bruk. Ofte vil forbrukerne kjøpe en mindre mengde når de ikke er kjent med produktet fra før. Gjentakende kjøp er når forbrukerne har funnet et produkt (merke) de liker, og dermed velger å kjøpe det aktuelle produktet (merket) igjen. Dette kan sammenlignes med merkeloyalitet. I motsetning til førstegangskjøp er det større sjans for at forbrukerne kjøper en større mengde ved et gjentakende kjøp (Schiffman mfl., 2012, s.83).

2.1.3.2 Etterkjøpsevaluering

Etter at forbrukerne har kjøpt og tatt i bruk produktet så begynner etterkjøpsevalueringen. Her er det viktig at forbrukerne føler tilfredshet og rettferdighet. Forbrukerne kan oppleve kognitiv dissonans som er et mentalt ubehag over å ha valgt bort et annet alternativ, men de har en tendens til å bruke ulike strategier for å redusere dette, eksempler kan være at de

henter inn informasjon som bekrefter at valget de tok var det riktige. Hvis forbrukeren er fornøyd med produktet anbefaler de ofte produktet videre enten ved "munn-til-munn"-kommunikasjon eller ved produktanbefalinger på nett og dette er noe som er svært viktig for de aktuelle bedriftene. Skulle det vise seg at det er feil ved et produkt, så har bedriftens reaksjon på klagen mye å si for forbrukerens totalopplevelse av kjøpet (Selnes og Lanseng, 2014, s.247).

2.2 E-handel

Det er ingen tvil om at e-handel revolusjonerer de forskjellige bransjene i dag. Bedrifter er nødt til å kunne forstå de forskjellige trendene for å kunne følge markedet, og dette vil også avgjøre om e-handel blir en trussel eller en mulighet for de aktuelle bedriftene (Andersen, 2015, s.4).

I følge Svein Roar Hult (2014) skjer veksten i e-handel ved at drivere bygges opp og barrierer bygges ned. Han identifiserer fire forskjellige faser som beskriver hvordan utviklingen i e-handel har vært:

1. *Aksess-fasen*: manglende internettilgang og manglende tilgang til betalingsløsninger hindrer vekst i e-handel.
2. *Sikkerhetsfasen*: manglende tillit til betalingsløsninger og andre forhold knyttet til e-handel begrenser veksten.
3. *Erfaringsfasen*: det at forbrukerne er mer vant til å handle i en fysisk butikk og foretrekker dermed denne formen for handel, begrenser veksten i e-handel.
4. *Utviklet fase*: de strukturelle barrierene er borte, tillit til sikkerhet rundt e-handel er etablert og flere får erfaring med det. Valg av salgskanal for kjøp av produkter og tjenester gjøres primært ut fra hva som oppleves mest gunstig med henhold til pris og komfort fra gang til gang.

Her i landet avsluttet vi *aksess-fasen* for lenge siden. I 2005 opplevde også ca. 90% av befolkningen at betalingsløsningene for e-handel var trygge og dermed forlot vi også *sikkerhetsfasen*. Alle nordmenn er derimot ikke komfortable nok til å bevege seg ut av *erfaringsfasen* riktig enda, men etter hvert som flere får erfaring vil trolig e-handelen øke enda mer (Hult, 2014).

Det finnes fortsatt mer situasjonsbestemte barrierer mot e-handel, som for eksempel leveringskostnader. Ved å kutte leveringskostnader vil mest sannsynlig andelen av e-

handelen øke. Et annet eksempel er at forbrukerne ofte ønsker å få produktet i hånden der og da. Ved at nettbutikkene benytter seg av såkalte "Pick-up-points" eller en hurtig leveringstid kan denne barrieren reduseres, men det vil så klart ha sine begrensninger. Kategorispesifikke barrierer finnes også med tanke på usikkerhet i forhold til produktkvalitet. I forhold til klær vil ofte forbrukere både ta på og prøve klærne før et kjøp (Hult, 2014).

2.3 Salgskanaler

I løpet av et halvt århundre har salgskanaler forandret seg betydelig. I sin første fase hadde handelen kun én kanal, men etter hvert har begreper som multikanaler, krysskanaler og omnikanaler oppstått, og i dag er dette en stor del av strategien til mange bedrifter.

Én kanal vil si at bedriften kun opererer med en salgskanal, for eksempel kun utsalg i fysiske butikker.

En *multikanalstrategi* er flere salgskanaler som ikke er integrert med hverandre.

Krysskanal er en detaljhandelsvirksomhet som benytter seg av flere integrerte salgskanaler, som kundene kan bevege seg på tvers av. Dette kan være at en forbruker kjøper varer i nettbutikken og henter det i den fysiske butikken, som for eksempel Elkjøps løsning; Collect@Store.

Omnikanal er en ny og innovativ trend som enda er i utviklingsfase i Norge. Begrepet kan defineres som kunsten å styre mange kanaler når som helst og hvor som helst, altså at kundene bruker salgskanalene samtidig (Wisløff, 2014).

2.4 Kundeservice

Kundeservice varierer fra bedrift til bedrift, butikk til butikk og bransje til bransje, men generelt kan man si at god kundeservice er det å overgå kundenes forventninger. Kundeservice kan også ses på som at kundene har god tilfredshet. Kundetilfredshet dreier seg om hvilke følelser kundene sitter igjen med etter et kjøp. Forskjellige aktiviteter som er viktig å fokusere på når det gjelder kundeservice er ansatte med god produktkunnskap, beliggenhet, åpningstider, tilgjengelighet, vennlighet og hjelpsomhet. De butikkene som har høy kundetilfredshet hos sine kunder er de som klarer å kombinere disse faktorene, og det er også de som oftest klarer å bruke kundetilfredsheten som et varig strategisk konkurransefortrinn (Fredriksen, 2010, s.51, 61-62).

2.5 Kundelojalitet

Kundelojalitet er viktig for enhver butikk, og det sies at "Det er fem ganger så dyrt å skaffe en ny kunde som å ta vare på den du allerede har". Kunden har faktisk valgt den aktuelle

butikken fremfor en konkurrerende butikk, og derfor er det viktig å holde på kunden og verdsette han eller henne. Fra kunden sin side, er kundelojalitet, hans eller hennes valg av tjenester, varer, løsninger og leverandører. Når det eksisterer kundelojalitet mellom en kunde og en butikk/leverandør er det stor sannsynlighet for gjentakende kjøp (Fredriksen, 2010, s.63).

3.0 Metodekapittel

3.1 Primær- og sekundærdata

Vi har valgt å anvende både primær- og sekundærdata i vår oppgave. Primærdata er alle typer data som er spesielt samlet inn for et prosjekt, altså all data som forskeren selv har samlet inn (Ringdal, 2013, s.122). Sekundærdata er alle typer foreliggende data som ikke er avgrenset til forskningsdata (Ringdal, 2013, s.112). Vi har samlet inn primærdata gjennom én spørreundersøkelse og seks dybdeintervjuer, og sekundærdata gjennom akademiske bøker.

3.2 Teoretiske antakelser

Empiri er informasjon om virkeligheten. Forskningsspørsmål er forskningsbasert kunnskap som stilles på en spesiell måte, og antakelser er spekulasjoner som utformes på en spesiell måte. Det er viktig at man følger en spesiell metodikk når man forsøker å besvare disse spørsmålene og antakelsene (Jacobsen, 2015, s.13). Vi har på forhånd valgt å utforme seks antakelser som vi skal bekrefte eller avkrefte gjennom å analysere og drøfte resultatene. Disse antakelsene hjelper oss å svare på forskningsspørsmålene vi utarbeidet for å kunne besvare problemstillingen vår.

- 1. Forbrukerne handler oftere klær i fysiske butikker enn i nettbutikker*
- 2. Forbrukerne bosatt på steder med under 10 000 innbyggere foretrekker å handle klær i nettbutikker*
- 3. Forbrukerne blir mest påvirket av sosiale medier før nye kleskjøp*
- 4. Forbrukerne søker informasjon på nett før de handler klær i en fysisk butikk*
- 5. Forbrukerne tar en raskere kjøpsbeslutning ved kleskjøp i fysiske butikker enn kleskjøp i nettbutikker*
- 6. Forbrukerne har større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker*

3.3 Kvantitativ metode

I samfunnsvitenskapelig metode skiller man mellom kvantitative og kvalitative forskningsstrategier, hvor kvantitativ forskningsdesign er basert på talldata (Ringdal, 2013, s.24). Vi har valgt å bruke både kvantitativ og kvalitativ metode for å besvare problemstillingen vår. Den kvantitative metoden bruker vi for å utforme spørreundersøkelsen.

3.3.1 Forskningsdesign

Vi har valgt tversnittdesign som forskningsdesign til vår spørreundersøkelse. Hensikten med tversnittdesign er å beskrive forhold i nåtid. Alle målinger foregår i et avgrenset tidsrom og data registreres kun én gang for hver analyseenhet (Ringdal, 2013, s.107).

3.3.2 Datainnsamling

Vi valgte spørreundersøkelse som vårt verktøy til datainnsamling av primærdata. Innsamling av data i kvantitativ metode foregår gjennom innsamling av primærdata gjennom spørreskjemaer med lukkede svaralternativer (Jacobsen, 2015, s.251-252).

3.3.3 Utvalgsstrategi

Vi har valgt kvoteutvelging som utvalgsstrategi til vår spørreundersøkelse. I kvoteutvelging er prinsippet å fylle kvoter av bestemte typer respondenter (Ringdal, 2013, s.213). Våre kvoter er at alle respondentene må være kvinner mellom 18 og 35 år og at de handler klær både i fysiske butikker og i nettbutikker.

3.3.4 Utforming av spørreskjema

I en spørreundersøkelse er det spørreskjema man bruker som verktøy for å innhente ønsket informasjon. På grunn av at det ikke er mulig med ansikt-til-ansikt kommunikasjon, er det viktig at spørreskjemaet er veldig tydelig og at det kommuniserer både det forskeren ønsker å finne ut, og det respondenten svarer. Det kan fort oppstå mistolkninger grunnet støy og det er noe man ønsker å unngå (Wilson, 2012, s.155).

For å prøve og unngå støy og mistolkninger er det lurt å ha en strukturert tilnærming når man utformer spørreskjemaet, dette kan gjøres ved å følge de syv forskjellige stegene som Wilson (2012) foreslår.

Steg 1 omhandler hvilke temaer spørsmålene skal ha. Temaene må være relevante og velges ut ifra oppgavens hensikt. Respondentenes kjennetegn må også vurderes når man velger temaer, de må være villig til å gi den informasjonen som etterspørres (Wilson, 2012, s.156).

Steg 2 omhandler selve utformingen av spørsmålene. I et spørreskjema kan man velge mellom åpne og lukkede spørsmål. Lukkede spørsmål vil si spørsmål med faste svaralternativ, ofte ja og nei svar. Åpne spørsmål er når respondenten kan selv formulere svarene sine (Ringdal, 2013, s.200). Et annet alternativ er lukkede flervalgsspørsmål som gir respondenten muligheten til å velge flere forhåndslagde svaralternativ til spørsmålet (Wilson, 2012, s.160). Det siste alternativet er skalerings spørsmål hvor respondenten graderer svarene sine med enten tall eller ord (Wilson, 2012, s.161).

Steg 3 omhandler hvordan man ordlegger seg i spørreskjemaet. Her kan det lett oppstå mistolkning fordi respondent og forsker kan tolke spørsmålet på ulike måter. Det viktigste her er at måten forskeren ordlegger seg på, er så enkel som mulig, og at man unngår ledende spørsmål (Wilson, 2012, s.171).

Steg 4 omhandler den rekkefølgen spørsmålene blir stilt i. Spørsmål som tilhører samme tema bør komme etter hverandre. Det kan være veldig forvirrende om respondenten føler de bytter fra et tema til et annet (Wilson, 2012, s.174).

Steg 5 omhandler utseende og utformingen av spørreskjemaet. Er spørreskjemaet attraktivt, ryddig og lett å forstå vil det tiltrekke seg flere respondenter. Det er viktig å bruke riktig mellomrom så spørreskjemaet ikke blir vanskelig og tungt å lese (Wilson, 2012, s.175-176).

Steg 6 omhandler prøvetesting av spørreskjemaet. Dette steget er viktig for det er her man kan identifisere eventuelle feil (Wilson, 2012, s.177-178).

Steg 7 omhandler godkjenning av spørreskjemaet som blir gjort av de som leder undersøkelsen. Dette skal gjøres før spørreskjemaet sendes ut til respondentene (Wilson, 2012, s.178).

3.3.5 Gjennomføring av spørreskjema

Vi opprettet spørreundersøkelsen hos nettjenesten SurveyMonkey.com. Grunnen til at vi valgte en nettjeneste var for å kunne samle inn svar på en enklest mulig måte, ved hjelp av en internettlink. Vi delte linken på sosiale medier (Facebook) for å få så mange respondenter som mulig.

Vi har i hovedsak valgt å bruke lukkede spørsmål fordi det gir oss klare svar. Vi har også valgt å bruke lukkede flervalgsspørsmål for å gi respondentene muligheten til å utdype seg litt mer ved å velge flere svaralternativer. Åpne spørsmål har vi kun valgt å bruke i en liten grad da vi av tidligere erfaringer vet at det kan gi veldig mange forskjellige svar og at mange

respondenter unngår slike spørsmål. Skaleringsspørsmål har vi valgt ikke å ta i bruk siden vi ikke skal bruke et dataprogram til å analysere svarene.

Spørsmålene i spørreskjemaet ble utformet ved hjelp av vår egentilpassede figur (figur 2), som er en modifisert versjon av beslutningsmodellen til Schiffman mfl. (2012, s.69). Vi brukte mye tid på å utforme spørsmålene fordi vi var opptatt av å ha så relevante spørsmål som mulig knyttet til problemstillingen, forskningsspørsmålene og antakelsene. På den måten ble spørreskjemaet ryddig, enkelt å forstå og hadde en logisk rekkefølge.

Vi testet spørreskjemaet på to forbrukere hvor vi fikk tilbakemeldinger, samt at noen misforståelser ble rettet opp i. Deretter utarbeidet vi den endelige versjonen av spørreundersøkelsen og delte den på sosiale medier (Facebook).

3.4 Kvalitativ metode

Som nevnt ovenfor har vi valgt å bruke både kvantitativ og kvalitativ forskningsdesign til å besvare vår problemstilling. Kvalitativ metode gir tekstlige beskrivelser og kan være basert på få enheter (Ringdal, 2013, s.24). Vi brukte kvalitativ metode for å utforme spørsmålene i dybdeintervjuene, som vi valgte å gjennomføre i tillegg til spørreundersøkelsen for å kunne forsterke og forsvare dataen vi samlet inn gjennom spørreundersøkelsen. En fordel med å bruke kvalitativ forskningsstrategi er graden av nærhet og åpenhet et dybdeintervju gir. En ulempe ved å bruke kvalitativ metode er at man ikke har mulighet til å generalisere funnene, men med tanke på at vi ikke ønsket å generalisere tok vi ikke dette i betraktning.

3.4.1 Forskningsdesign

Vi har valgt å benytte casestudie som forskningsdesign for våre dybdeintervjuer. Casedesign er en eksplorativ type design som bygger på et lite antall enheter (Ringdal, 2013, s.25). Selv om det er få enheter får vi den informasjonen vi ønsker og behøver.

3.4.2 Datainnsamling

Det finnes flere måter å samle inn data ved kvalitative undersøkelser; det åpne individuelle intervjuet, fokusgruppeintervju, observasjon og dokumentundersøkelse (Jacobsen, 2015, s.145). Vi valgte å benytte dybdeintervjuer som datainnsamlingsmetode, da vi følte at det ville være det beste verktøyet for å besvare vår problemstilling, i tillegg til spørreundersøkelsen. Ved å bruke dybdeintervjuer som datainnsamlingsmetode fikk vi mulighet til å tilpasse spørsmålene underveis i intervjuet til hvert enkelt intervjuobjekt.

3.4.3 Utvalgsstrategi

Når det gjelder dybdeintervju, eller ansikt-til-ansikt-intervju har selve opptreden til intervjueren mye å si. Det er veldig viktig at intervjueren får informanten til å åpne seg for å kunne få tak i all relevant informasjon. For å kunne få til dette er det viktig at det foreligger en tillitsrelasjon mellom intervjuer og informant (Jacobsen, 2015, s.154-155). På grunnlag av dette valgte vi å intervju seks personer som vi kjenner fra før. Vi hadde også et krav om at de vi skulle intervju hadde gjennomført spørreundersøkelsen på forhånd.

3.4.4 Utforming av intervju

Et kvalitativt intervju kan ha forskjellige grader av åpenhet. Intervjuet kan foregå helt uten begrensninger eller styring fra intervjueren, men vanligvis er intervjuet strukturert med spesifikke spørsmål og temaer. Når det kommer til notattaking under intervjuet, må dette bestemmes på forhånd. Pre-strukturering vil si at man fokuserer på spesielle temaer under intervjuet. Det kan føre til lukking av datainnsamlingen. Uten pre-strukturering kan dataene ende opp med å bli komplekse og vanskelig å analysere. I stedet for å se på struktureringen som enten-eller, kan man se på det som en glidende skala fra et ytterpunkt, hvor intervjuet ikke har noen fast plan eller rekkefølge, til et annet ytterpunkt, hvor intervjuet består av faste spørsmål i en fast rekkefølge. Et kvalitativt dybdeintervju bør ikke være helt ustrukturert. Det bør utarbeides en intervjuguide som inneholder oversikt over hvilke temaer og spørsmål man skal gjennomgå under intervjuet (Jacobsen, 2015, s.149-150).

Hvor intervjuet skal holdes er også en vesentlig del i utformingen av intervjuet. Vi kan skille mellom to intervjusteder: et naturlig og et kunstig. Det naturlige stedet vil være der informanten "føler seg hjemme", og det vil avhenge av innholdet i intervjuet. Et kunstig sted kan være et nøytralt rom hvor ingen av partene er tilknyttet (Jacobsen, 2015, s.150).

Under et intervju er det vanskelig å notere ned absolutt hvert eneste ord som blir sagt. Det er også vanskelig å ha øyekontakt med informanten når man er opptatt med å notere. Derfor er spørsmålet om intervjuet skal spilles inn eller ikke, viktig. Fordelen ved at intervjuet blir spilt inn er at intervjueren ikke trenger å fokusere på notatskriving, da samtalen kan transkriberes ordrett på et senere tidspunkt. En ulempe er at ikke alle liker tanken på at intervjuet blir spilt inn. Det er viktig at det alltid blir spurt om tillatelse før intervjuet starter (Jacobsen, 2015, s.153).

Hvor lenge et intervju skal vare er det ingen fasit på, men det bør ikke vare lengre enn for eksempel to timer. Hvis man har korte intervju på rundt 30 min er disse kun brukbare når det blir stilt konkrete spørsmål (Jacobsen, 2015, s.154).

3.4.5 Gjennomføring av intervju

Vi valgte å ha et relativt åpent intervju med spesifikke temaer og spørsmål uten noen faste svaralternativ. Spørsmålene i dybdeintervjuet er basert på teorikapittelet, og spesielt vår egentilpassede figur (figur 2), som er en modifisert versjon av beslutningsmodellen til Schiffman mfl. (2012, s.69). Vi valgte å bruke pre-strukturering da vi fokuserte på stegene i beslutningsmodellen, slik som vi også gjorde ved utformingen av spørreskjemaet. Dette gjorde vi for at resultatene skulle bli lettere å analysere. På forhånd utarbeidet vi en intervjuguide (vedlegg 2) slik at vi hadde en strukturert plan med de temaene og spørsmålene vi ville at intervjuet skulle inneholde.

To av våre intervjuobjekter er studenter ved NTNU i Ålesund, dermed valgte vi å holde intervjuene deres i et grupperom på skolen, hvor vi selv er studenter. Vi mener dette er et naturlig sted hvor de føler seg komfortable og at de åpnet seg og ga ærlige svar. De fire resterende intervjuobjektene er ikke studenter ved NTNU i Ålesund, dermed valgte vi å holde intervjuene deres hjemme hos dem selv, hvor vi var sikre på at de følte seg hjemme.

Vi valgte å spille inn intervjuene med lydopptaker, da vi ville være helt sikre på at vi fikk med hvert eneste ord som ble sagt. Vi presiserte deres anonymitet og fikk tillatelse til lydopptak fra samtlige seks intervjuobjekter.

Intervjuene vi utførte var relativt korte og varte i ca. 20-30 minutter, men på grunn av strukturerte og konkrete spørsmål fikk vi den informasjonen vi ønsket. Disse dybdeintervjuene er et supplement til spørreundersøkelsen vår, derfor var det ikke nødvendig med samtaler på én til to timer.

I tillegg til de konkrete spørsmålene vi hadde forhåndslagt, brukte vi oppfølgingsspørsmål under intervjuene for å få en god flyt i samtalen. Ingen av de seks intervjuene er identiske da det ble stilt forskjellige oppfølgingsspørsmål basert på de svarene vi mottok. Noen spørsmål ble også fjernet, da de ble besvart tidligere i samtalen.

Når det kommer til avslutningen av intervjuet er det viktig å avslutte på en mild måte, ved å signalisere at man har fått nok informasjon (Jacobsen, 2015, s.158-159). Vår avslutning var å starte siste spørsmål slik: "Helt til slutt.....".

3.5 Reliabilitet og validitet

Reliabilitet og validitet blir brukt til å vurdere kvaliteten til et mål. Reliabilitet eller pålitelighet handler om at gjentatte målinger med samme måleinstrument gir samme resultat. Reliabilitet handler også om egenskapene ved de målte indikatorene. Validitet eller gyldighet handler om man faktisk måler det man ønsker å måle. Høy reliabilitet er en forutsetning for høy validitet. Reliabilitet blir sett på som et rent empirisk spørsmål, mens validitet i tillegg til et empirisk spørsmål, krever en teoretisk vurdering (Ringdal, 2013, s.96-98).

3.5.1 Vurdering av reliabilitet og validitet

Reliabilitet (pålitelighet): Vi mener funnene våre er pålitelige, da vi har gjennomført noen tiltak for å sikre reliabiliteten. Ved innhenting av primær- og sekundærdata ville vi forsikre oss at kvaliteten på dataen var god nok. Når det gjelder sekundærdata er det viktig at all data og fakta som vi har brukt har pålitelige kilder. Ved innhenting av primærdataen brukte vi lang tid på å utforme en intervjuguide og spørreskjema som vi testet til vi var fornøyde med antall spørsmål og spørsmålenes relevans til oppgaven. Vi brukte en lydopptaker når vi gjennomførte dybdeintervjuene slik at vi i ettertid kunne transkribere det som ble sagt ordrett. Når det var tid for analysering av dataen fra spørreskjemaene brukte vi dataprogrammet Excel til å systematisere og kartlegge informasjonen, slik vi lett kunne hente ut relevant informasjon for å vurdere antakelsene, forskningsspørsmålene og problemstillingen på best mulig måte.

Validitet (troverdighet): Som nevnt før har vi brukt to datainnsamlingsmetoder; spørreundersøkelse ved spørreskjema og dybdeintervjuer. Vi valgte å anvende begge verktøyene fordi det styrket troverdigheten. Det ble brukt god tid på å gjennomføre dybdeintervjuene, vi ba om svar på oppfølgingsspørsmål og fikk informantene til å utdype seg når det var nødvendig. Siden vi følte at vi mottok all den informasjonen vi behøvde, antar vi at det ikke oppsto noen misforståelser. Grunnen til at vi valgte å gjennomføre dybdeintervju i tillegg, var for å styrke troverdigheten til oppgaven vår, og på grunn av dette føler vi at oppgaven vår og funnene våre har troverdighet.

3.6 Kritisk refleksjon

Feilkilder kan oppstå under enhver undersøkelse og intervju, og derfor er det viktig å reflektere over hvor mulige feil kan dukke opp og hva de mulige feilene betyr for resultatene. Grunnen til at kritisk refleksjo er så viktig er fordi feilkildene kan ha en negativ innvirkning på oppgavens validitet og reliabilitet.

Vi delte spørreundersøkelsen på sosiale medier, som ga oss liten kontroll over hvem som gjennomførte den til tross for at vi skrev tydelig at undersøkelsen kun gjaldt kvinner mellom 18 og 35 år, som benytter seg av begge salgskanalene ved kjøp av klær. Dette ser vi ved at det ikke var alle av respondentene som fullførte hele spørreundersøkelsen. Det var 477 respondenter, men kun 370 svar var, i følge SurveyMonkey, fullstendige.

En annen grunn til at ikke alle respondentene fullførte hele spørreundersøkelsen kan være antall spørsmål. Vi innser at vi kanskje hadde for mange spørsmål, selv om vi i hovedsak hadde lukkede spørsmål.

Siden ikke alle respondentene fullførte undersøkelsen vurderte vi kun å inkludere de fullstendige resultatene. Dette kunne påvirket resultatene vi kom frem til, men vi syntes at alle svarene var verdt å inkludere, da vi så at funnene våre stemte godt med lignende undersøkelser angående e-handel gjennomført av Virke og DIBS.

Som nevnt tidligere, utformet vi spørsmålene i spørreundersøkelsen og i dybdeintervjuene på bakgrunn av stegene i vår egentilpassede beslutningsmodell (figur 2), men vi oppdaget at de som handler impulsivt ikke følger alle trinnene. Dette ga oss litt forskjellige resultater, men det ga oss likevel tilfredsstillende informasjon om respondentens forbrukeratferd.

I dybdeintervjuene valgte vi informanter vi har kjennskap til, noe som kan ha en innvirkning på resultatene. Likevel føler vi at informantene svarte ærlig, og at de ikke svarte på grunnlag av hva de trodde vi ønsket å høre. Dette tror vi fordi flere av informantene svarte annerledes enn det vi forventet at de skulle svare.

4.0 Resultatkapittel

I dette kapittelet skal vi presentere de viktigste resultatene fra spørreundersøkelsen og hovedfunnene fra dybdeintervjuene. Resultatene vil bli nærmere drøftet og analysert i det neste kapittelet.

4.1 Resultat fra spørreundersøkelse

Før vi publiserte spørreundersøkelsen, forestilte vi oss en tidsperiode på 21 dager, men etter 16 dager valgte vi å lukke spørreundersøkelsen fordi vi så at deltagelsen sank betraktelig. Vi mottok totalt 477 svar, hvor 370 av dem, ifølge SurveyMonkey, var fullstendige. Med tanke på at ikke alle svarene var fullstendige, så vil antall respondenter på de forskjellige spørsmålene variere.

Vi vil presentere et utdrag fra spørreundersøkelsen som inneholder de viktigste funnene. Hele undersøkelsen ligger som vedlegg (vedlegg 1).

"Hvor vil du si at du handler klær mest?"	Antall respondenter	Prosent
Nettbutikk	76	16,3 %
Fysisk butikk	298	63,8 %
Ca. like mye på begge	93	19,9 %
Totalt	467	100 %
10 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 1: Foretrukket salgskanal (vedlegg 1, spørsmål 5)

Vi ser tydelig at selv med den økende interessen for internett og e-handel, så foretrekker respondentene fortsatt fysiske butikker når de skal handle klær.

"Hvor vil du si at du handler klær mest?" sammenlignet med bosted	Bosted under 10.000		Bosted mellom 10.000 - 50.000		Bosted mellom 50.000 - 300.000		Bosted over 300.000	
	Antall resp.	Prosent	Antall resp.	Prosent	Antall resp.	Prosent	Antall resp.	Prosent
Nettbutikk	16	12,7 %	36	18,2 %	17	17,9 %	7	14,6 %
Fysisk butikk	90	71,4 %	123	62,1 %	57	60 %	28	58,3 %
Like mye	20	15,9 %	39	19,7 %	21	22,1 %	13	27,1 %
Totalt	126	100 %	198	100 %	95	100 %	48	100 %

Tabell 2: Foretrukket salgskanal basert på bosted (vedlegg 1, spørsmål 2 og spørsmål 5)

Vi valgte å sammenligne antall innbyggere på bostedet til respondentene, og den salgskanalen respondentene handler mest på. Som vist i tabellen så er fysisk butikk den salgskanalen de fleste foretrekker uavhengig av bosted.

"Hvor får du informasjon/inspirasjon fra, før du kjøper klær i nettbutikker?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Titte i nettbutikken	293	27,9%
Reklameannonser	98	9,3%

Reklame i sosiale medier	183	17,4%
Bloggere/kjendiser/fashionistaer	174	16,6%
Tips fra venner/familie	76	7,2%
Tilbud/reklame på e-post	133	12,7%
Fordeler i kundeklubb	94	8,9%
Totalt	1051 svar 413 respondenter	100 %
64 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 3: Inspirasjon til kleshandel i nettbutikk (vedlegg 1, spørsmål 6)

Når det kommer til hvor forbrukerne søker informasjon før et kleskjøp, så ser vi at det å titte i nettbutikken er det flertallet foretrekker, men også at sosiale medier er en god informasjonskilde.

"Hvor får du informasjon/inspirasjon fra, før du kjøper klær i fysiske butikker?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Titte i butikken	350	35,4%
Reklameannonser	85	8,6%
Reklame i sosiale medier	126	12,7%
Bloggere/kjendiser/fashionistaer	115	11,7%
Tips fra venner/familie	130	13,2%
Tilbud/reklame på e-post	81	8,2%
Fordeler i kundeklubb	101	10,2%
Totalt	988 svar 417 respondenter	100 %
60 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 4: Inspirasjon til kleshandel i fysisk butikk (vedlegg 1, spørsmål 7)

Når det gjelder hvor forbrukerne søker informasjon før kleshandel i en fysisk butikk, så ser vi at det er de samme svaralternativene som favoriseres som ved kjøp i nettbutikk. Likevel er det et svaralternativ som skiller seg ut, og det er tips fra familie og venner.

"Handler du klær i nettbutikker fordi..." (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Du har tid til overs	102	9,2%
Du trenger noe/må dekke et behov	117	10,5%
Du vil ha noe/impulskjøp	155	13,9%
Det er bedre utvalg enn i fysiske butikker	226	20,3%
Det er bedre priser enn i fysiske butikker	188	16,9%
Du bor på et lite sted med lite utvalg av klesbutikker	67	6,0%
Du liker å handle i fred og ro	153	13,7%
Det er enklere for deg	106	9,5%
Totalt	1114 svar 427 respondenter	100 %
50 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 5: Grunner til å handle i nettbutikk (vedlegg 1, spørsmål 8)

Her ser vi veldig tydelig at den største grunnen til at forbrukere velger å handle klær i nettbutikk, er at det er bedre utvalg enn i fysiske butikker. Tre andre alternativer som mange respondenter valgte er bedre priser enn i fysiske butikker, impulskjøp og at de liker å handle i fred og ro.

"Handler du klær i fysiske butikker fordi..." (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Du har tid til overs	123	11,5%
Du trenger noe/må dekke et behov	222	20,8%
Du vil ha noe/impulskjøp	207	19,4%
Du har mulighet til å prøve klærne	352	33%
Du trenger/vil ha hjelp	79	7,4%
Det er enklere for deg	83	7,9%
Totalt	1066 svar 433 respondenter	100 %
44 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 6: Grunner til å handle i fysisk butikk (vedlegg 1, spørsmål 9)

Her ser vi at den største grunnen til at forbrukere velger å handle i fysiske butikker, er muligheten til å prøve klærne.

"Hender det at du handler klær i en fysisk butikk etter du har sett klærne i en nettbutikk?"	Antall respondenter	Prosent
Ja, hvorfor?	243	72,5%
Nei, hvorfor?	92	27,5%
Totalt	335	100 %
143 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 7: Informasjonsinnhenting på nett før kleshandel i fysisk butikk (vedlegg 1, spørsmål 13)

Vi ønsket at respondentene skulle oppgi en grunn til hvorfor eller hvorfor ikke, de handlet klær i en fysisk butikk etter å ha sett klærne på en nettbutikk. For de som har svart "Ja", oppgir de fleste at grunnen til at de gjør det er muligheten til å prøve klesplagget, samt at de får kjent på kvaliteten. De svarer også at de ofte bruker nettbutikker som inspirasjon, men hvis klærne er tilgjengelig i en fysisk butikk så handler de heller der, både fordi de får varen med en gang og fordi de vil støtte de fysiske butikkene.

For de som har svart "Nei", oppgir de fleste at de som regel kjøper klærne i nettbutikken med en gang, istedenfor å bruke tid på begge salgskanalene. Noen nevner også at det uansett er billigere pris på nett, og at de ofte handler i nettbutikker som har bedre utvalg enn de fysiske butikkene de har tilgang til.

"Når du vurderer å handle klær i en nettbutikk, sammenligner du priser med andre nettbutikker?"	Antall respondenter	Prosent
Ja	277	72,5%
Nei	105	27,5%
Totalt	382	100 %
95 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 8: Prissammenligning i nettbutikker (vedlegg 1, spørsmål 14)

Her ser vi at hele 72,5% sammenligner pris med andre nettbutikker før de gjennomfører et kleskjøp på en nettbutikk.

"Når du vurderer å handle klær i en fysisk butikk, sammenligner du priser med andre fysiske butikker?"	Antall respondenter	Prosent
Ja	205	52,7%
Nei	184	47,3%
Totalt	389	100 %
88 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 9: Prissammenligning i fysiske butikker (vedlegg 1, spørsmål 15)

Når det gjelder sammenligning av pris ved kleskjøp i fysiske butikker, sammenligner også her flertallet pris, men det er en vesentlig mindre forskjell enn ved kleskjøp i nettbutikk.

"Når du vurderer å handle klær i en nettbutikk, sammenligner du kvalitet/tilgjengelig informasjon med lignende klesplagg fra andre nettbutikker?"	Antall respondenter	Prosent
Ja	204	53,1%
Nei	180	46,9%
Totalt	384	100 %
93 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 10: Kvalitetssammenligning i nettbutikker (vedlegg 1, spørsmål 16)

Her ser vi at forskjellen mellom de som sammenligner kvalitet/tilgjengelig informasjon i nettbutikk og de som ikke sammenligner, kun er på 6,2%, noe som betyr at forskjellen er ganske liten.

"Når du vurderer å handle klær i en fysisk butikk, sammenligner du kvalitet på klesplagget med lignende klesplagg fra andre fysiske butikker?"	Antall respondenter	Prosent
Ja	220	56,7%
Nei	168	43,3%

Totalt	388	100 %
89 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 11: Kvalitetssammenligning i fysiske butikker (vedlegg 1, spørsmål 17)

Forskjellen er heller ikke så stor ved kleskjøp i fysisk butikk, men avstanden er litt større på 13,4%.

"Hva får deg til å ta en beslutning om kjøp av klær i en nettbutikk?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Pris	339	34,7%
Kvalitet	101	10,3%
Produktomtaler fra tidligere kunder	184	18,9%
Betalingsbetingelser	65	6,7%
Leveringsbetingelser	138	14,1%
Nok informasjon tilgjengelig om produktet	150	15,3%
Totalt	977 svar 371 respondenter	100 %
106 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 12: Kjøpsbeslutning nettbutikk (vedlegg 1, spørsmål 19)

Her ser vi at det er pris som er den største grunnen til at forbrukere tar en kjøpsbeslutning i en nettbutikk. Vi ser også at produktomtaler fra tidligere kunder er viktig.

"Hva får deg til å ta en beslutning om kjøp av klær i en fysisk butikk?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Pris	256	27,1%
Kvalitet	179	19,0%
Ansatte med god kunnskap	67	7,1%
God kundeservice	129	13,7%
Fordi jeg trenger klærne der og da	288	30,6%
Annet	24	2,5%

Totalt	943 svar 376 respondenter	100 %
101 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 13: Kjøpsbeslutning i fysisk butikk (vedlegg 1, spørsmål 20)

Når det kommer til å ta en kjøpsbeslutning i fysisk butikk er pris viktig, men flertallet av forbrukerne tar en kjøpsbeslutning fordi de trenger klærne der og da.

På dette spørsmålet måtte de som valgte svaralternativet "Annet" utdype seg mer. Hele 71% av respondentene skrev at en av grunnene som påvirker de til å ta en kjøpsbeslutning i fysisk butikk var at de har mulighet til å prøve klærne på.

"Vil du si at du tar en raskere kjøpsbeslutning i..."	Antall respondenter	Prosent
Nettbutikk	76	20,2%
Fysisk butikk	211	56,1%
Ingen forskjell	89	23,7%
Totalt	376	100 %
101 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 14: Hastighet på kjøpsbeslutning (vedlegg 1, spørsmål 21)

Her ser vi tydelig at det er i fysisk butikk respondentene tar raskest kjøpsbeslutning, men det er derimot hele 23,7% som ikke føler noen forskjell.

"Hva skal til for at du velger å kjøpe klær i en nettbutikk gjentatte ganger?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
Mulighet for betalingsutsettelse	34	3,2%
Kort leveringstid	222	20,8%
Bredt utvalg av varer	245	23,0%
Attraktive priser	280	26,2%
God kvalitet	120	11,2%
Enkelt/lett	142	13,4%
Annet	24	2,2%

Totalt	1067 svar 365 respondenter	100 %
112 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 15: Gjentakende kjøp i nettbutikker (vedlegg 1, spørsmål 23)

De største grunnene til gjentakende kjøp i nettbutikk er kort leveringstid, bredt utvalg av varer og attraktive priser, hvor priser har høyest prosent.

54% av respondentene som har svart "Annet" har oppgitt at grunnen for at de skal handle i en nettbutikk gjentatte ganger, er at nettbutikken har gode/gratis frakt- og returordninger. Ellers nevner andre at de handler gjentatte ganger på grunn av større utvalg på nett og fordi de kan handle i fred og ro.

"Hva skal til for at du velger å kjøpe klær i en fysisk butikk gjentatte ganger?" (velg opptil 3 svaralternativer)	Antall svar	Prosent
God kundeservice	191	21,1%
Fin/god opplevelse	220	24,3%
Merkeloyalitet	75	8,3%
Butikkloyalitet	129	14,2%
Tilgjengelighet	278	30,7%
Annet	13	1,4%
Totalt	906 svar 367 respondenter	100 %
110 respondenter valgte ikke å svare på spørsmålet		

Tabell 16: Gjentakende kjøp i fysiske butikker (vedlegg 1, spørsmål 25)

De fleste respondentene svarte at det som fører til gjentakende kjøp av klær i fysiske butikker, er at butikkene er lett tilgjengelig. En annen viktig faktor er at de har en fin og god opplevelse.

31% av de som har valgt "Annet" oppgir pris og rabatt som grunn, i mens 23% oppgir kvalitet på plagget, samt passform. Noen nevner også at hvis de får handle i ro og fred så bidrar det til gjentakende kjøp.

4.2 Resultat fra dybdeintervjuer

I etterkant av spørreundersøkelsen gjennomførte vi seks dybdeintervjuer for å støtte opp om, og få en dypere innsikt i resultatene fra undersøkelsen. Hovedkilden til vår analyse vil være svarene fra dybdeintervjuene, oppfølgingsspørsmålene vil kun bli tatt i betraktning dersom det er nødvendig siden det er blitt stilt forskjellige oppfølgingsspørsmål til hver av informantene.

Spørsmål	Informant 1	Informant 2	Informant 3	Informant 4	Informant 5	Informant 6
Alder?	19	20	26	35	29	24
Bosted?	Ålesund (10.000-50.000)	Bergen (50.000-300.000)	Oslo (Over 300.000)	Ålesund (10.000-50.000)	Godøya (Under 10.000)	Ålesund (10.000-50.000)
Siste kleskjøp i..	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Fysisk butikk
Hvor ofte handler du klær på nett?	En gang i <i>måneden</i>	Seks-ti ganger i <i>året</i>	En gang i <i>året</i>	Det varierer fra måned til måned	To ganger i <i>måneden</i>	To-tre ganger i <i>måneden</i>
Har antall kleskjøp i fysisk butikk minsket til fordel for nettbutikk de siste årene?	Nei	Nei	Nei	Ja	Ja	Både og
Hvilken salgskanal foretrekker du?	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Fysisk butikk	Likegyldig	Likegyldig	Nettbutikk
Har du latt være å handle på nett fordi du ikke hadde kjenskap til nettbutikken?	Ja, hvis nettsiden ser falsk ut	Ja, redd for at jeg betaler for noe som ikke kommer i posten	Ja, hvis det er en utenlandsk side	Ja, hvis prisene er ekstremt lave	Nei, så lenge den er norsk går det fint	Ja, hvis det er en utenlandsk side
Ved ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg?	Gavekort på den aktuelle butikken	Behov for nytt undertøy	Behov for ny genser	Belønning fra mannen	Salg	Salg
Hva motiverer til å handle på nett?	Større utvalg og salg	Blir fristet der og da, hvis jeg finner noe jeg liker	Større utvalg	Større utvalg og praktisk	Salg (kampanjer)	Salg (rabattkoder)
Hva motiverer til å handle på fysisk butikk?	Trenger plagget der og da og får prøve klærne	Prøve klærne	Prøve klærne	Kikke på klærne og mulighet å prøve de	Merkeklær som ikke finnes i nettbutikk	Prøve klærne
Hvem eller hva påvirker deg mest før et kleskjøp?	Venner, familie, sosiale medier	Reklame, bloggere	Venner, sosiale medier, reklame	Venner, reklame	Venner	Ingen
Ved ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid å	Nei	Ja, så på nettsiden før kjøp i fysisk	Nei	Nei	Nei	Nei

søke info?		butikk				
Tror du dette er annerledes ved kjøp i nettbutikk?	Ja, fordi det er lettere å søke informasjon på nett	Ja, vurderer leveringstid, ser på produktinfo og kundeomtaler	Vet ikke	Nei, vet hva slags butikker jeg liker og ikke	Ja, vurderer om det kommer til å passe	Ja, tenker meg litt mer om
Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?	Går inn på nett først for å se hva trendene er	Kommer an på, hvis jeg skal ha noe spesielt, kan jeg gå inn på nett	Dra rett i fysisk butikk	Ja, sjekker litt på nettet først for å se om jeg finner noe jeg liker	Går rundt på Moa (kjøpesenter)	Går inn på nett først
Søker du info om nettbutikken før du handler?	Ja, hvis det er utenlandske nettbutikker	Ja, hvis det er en ukjent nettbutikk	Ja, hvis det er en ukjent nettbutikk	Ja, hvis det er en ukjent nettbutikk	Nei, føler meg trygg på norske nettbutikker	Nei, det har jeg aldri gjort
Ved ditt siste kleskjøp, sammenlignet du produktet med andre fra andre fysiske butikker?	Nei, siden det var gavekort jeg måtte bruke i den aktuelle butikken	Ja, sammenlignet kvalitet	Nei	Nei, jeg visste hva slags klær jeg var ute etter	Nei	Nei, ikke ved siste kjøp, men hvis det er billigere på nett kan jeg gjøre det
Prøver du klær i fysisk butikk før du kjøper de i nettbutikk?	Nei, vil ha klærne der og da	Nei, kjøper det når jeg først er i butikken	Nei, men utelukker det ikke i fremtiden	Nei, men det hadde vært en god ide	Nei, det har ikke skjedd, men det kan skje i fremtiden	Nei, kanskje det kan skje
Tror du at hvis du hadde bodd i en større/ mindre by at andelen av kjøp av klær i fysisk butikk/ nettbutikk hadde vært større?	(Bor i mindre by) Nei, ville handlet like mye på nett, kanskje til og med mer	(Bor i større by) Ja, absolutt (mer på nett)	(Bor i større by) Ja, det kan hende (mer på nett)	(Bor i mindre by) Ja, for her er utvalget dårligere (mer på fysisk butikk)	(Bor i mindre by) Ja, for når jeg bodde i større by handlet jeg kun i fysiske butikker (mer på fysisk butikk)	(Bor i mindre by) Nei, kjekt å få pakke i posten (like mye på nett som nå)
Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt?	Nei, trengte en kjole, måtte bruke gavekortet	(Besvart tidligere, hadde et behov)	Nei, hadde behov for ny genser	Ja, fordi det var en overraskelse	Ja	Ja, skulle egentlig ikke ha noe
Tar du raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk? Grunnene til det..	Fysisk butikk, for da prøver jeg klærne og må bestemme meg der og da	Fysisk butikk, fordi da får jeg klærne med hjem med en gang	Ca. like lang tid	(Besvart tidligere, raskere på nettbutikk)	Nettbutikk, vet ikke helt grunnen, men kanskje litt impulsivt	Nettbutikk, synes det er lettere å sende tilbake enn å bytte i fysisk butikk
Hvis du handler klær impulsivt, hva er grunnene	Dagens følelser,	Kjeder meg, går og kikker	Fortjener det, belønning	Dagens følelser	Hvis jeg handler på nett, så er det	Dagens følelser

til det?	fortjener det				fordi det er billigere der enn i fysisk butikk	
Er det noen dager i uken du tror du handler mer på nettbutikker enn andre dager?	Søndag	Søndag eller fredag kveld	(Handler sjeldent på nett)	Har veldig lite å si for meg	Helgen	Fredag
Handler du mer klær per transaksjon på en av salgskanalene?	Ja, handler mer per transaksjon på nett på grunn av gratis frakt	Ja, handler mer per transaksjon på nett på grunn av gratis frakt, pluss mer salg på nett	Nei, har stort sett holdt meg til det jeg skal ha på begge salgskanalene	Ja, fordi jeg tar det største kjøpene på nett	Ja, blir ofte mer enn jeg kanskje hadde tenkt på nett	Ja, kjøper litt ekstra på nett for å prøve
Er det større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk kontra fysisk butikk?	Ja, det er lettere fordi jeg ikke ser de ansatte, og hvis det er problemer med betaling/levering	Ja, fordi navnet til kjeden blir svertet ved dårlig opplevelse på nett	Ja, med mindre det er et plagg jeg absolutt må ha som kun finnes der	Ja, for det er lettere å klage på et kjøp i en fysisk butikk enn i en nettbutikk	Det spør hvordan kundeservicen på nettbutikken er	Nei, hvis det f.eks. er problemer med betaling, så tenker jeg at det er engangstiffelle og ser ikke personen, så da er det lettere
Hender det at du handler klær i en fysisk butikk igjen, selv etter en dårlig opplevelse?	Ja, det har hendt. Det er jo de butikkene som er her, så må tilbake til de	Ja, men hadde holdt meg unna butikken i en liten periode	Ja, men det spør på hvor dårlig opplevelsen er	Ja, det har skjedd	Ja, det spør på om det er andre ansatte på jobb	Ja, det spør, men det kunne gått et halvt år før jeg kom tilbake igjen
Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?	Ja, fordi man har personlig kontakt med de ansatte	Ja, absolutt	Ja, har mer erfaring med fysisk butikk	Varierer fra butikk til butikk, så er vanskelig å svare på	Like mye tillit til begge	Nei, større tillit til nettbutikker på grunn av omtalene fra kundene
Hva skal til for at du skal handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato?	At jeg har penger til det	Troverdig, mange betalingsmuligheter, rask leveringstid, oversiktlig nettbutikk	Bedre priser enn fysiske butikker	Vet ikke, for handler mye i nettbutikk	Bedre utvalg av merkeklær	Bedre økonomi
Hva skal til for å overbevise deg til å handle i nettbutikk fremfor fysisk butikk?	Raskere levering	Bedre og raskere returordninger	Større utvalg	(Besvart i spørsmålet over)	Billigere	Større utvalg

Tabell 17: Hovedfunn fra dybdeintervjuer (vedlegg 3)

5.0 Analyse og drøftingskapittel

I dette kapittelet vil vi analysere og drøfte resultatene fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene som vi fremstilte i forrige kapittel. Vi starter med å bekrefte eller avkrefte antakelsene, og deretter drøfte og svare på forskningsspørsmålene inkludert de tilhørende antakelsene, samt andre funn ved forskningen.

5.1 Vurdering av antakelsene

Vi vil nå bekrefte eller avkrefte de seks antakelsene vi presenterte i metodekapittelet. Dette gjør vi ved å se på resultatene av spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene. Ved å bekrefte eller avkrefte disse antakelsene kommer vi et skritt nærmere forskningsspørsmålene som til slutt hjelper oss å besvare problemstillingen.

5.1.1 Antakelse 1

Forbrukerne handler oftere klær i fysiske butikker enn i nettbutikker

Ut ifra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene fant vi ut at det er et relativt stort flertall av våre respondenter som foretrekker å handle i fysiske butikker fremfor nettbutikker. 60% av respondentene svarte også at de handler klær i en fysisk butikk 1-3 ganger i måneden, i motsetning til 31% i en nettbutikk. 13% handler 4-10 ganger i måneden i fysisk butikk og kun 7% handler på nett 4-10 ganger i måneden.

I dybdeintervjuene svarte tre av seks at de foretrekker fysisk butikk, to av seks var likegyldig, og en av seks svarte at hun foretrekker nettbutikk, imidlertid svarte alle seks informanter at det siste kleskjøpet deres var i en fysisk butikk.

På grunnlag av dette kan vi bekrefte denne antakelsen.

5.1.2 Antakelse 2

Forbrukerne bosatt på steder med under 10 000 innbyggere foretrekker å handle klær i nettbutikker

Ut i fra resultatene fra spørreundersøkelsen ser vi at de som bor på steder med innbyggertall på under 10 000 handler klær i fysiske butikker fremfor kleshandel i nettbutikker. Hele 71,4% velger fysiske butikker.

I dybdeintervjuene var kun en av informantene bosatt på et sted med innbyggertall under 10 000, og hennes svar var at hun likte begge salgskanalene like mye.

Vi kan dermed avkrefte denne antakelsen.

5.1.3 Antakelse 3

Forbrukerne blir mest påvirket av sosiale medier før nye kleskjøp

Når respondentene ble spurt i spørreundersøkelsen om hvor de henter informasjon/får inspirasjon fra før de handler klær så var tittle i nettbutikken (28%) og tittle i den fysiske butikken (35%) det flesteparten av respondentene valgte som deres største informasjonskilde. To andre viktige kilder til informasjon/inspirasjon i nettbutikker var reklame i sosiale medier (17%) og bloggere/kjendiser/fashionistaer (17%). To andre viktige kilder i fysiske butikker var også reklame i sosiale medier (13%) og tips fra venner/familie (13%).

I dybdeintervjuene ble informantene spurt om hvem eller hva de blir mest påvirket av, før de handler klær i fysisk butikk eller nettbutikk. Informant 1 svarte at venner, familie og sosiale medier påvirket henne mest. Informant 2 svarte at reklame og bloggere påvirket henne mest. Informant 3 svarte at venner, sosiale medier og reklame påvirket henne mest. Informant 4 svarte at venner og reklame påvirket henne mest. Informant 5 svarte at venner påvirket henne mest. Informant 6 svarte at ingen påvirket henne, utenom henne selv.

På grunnlag av dette kan vi avkrefte denne antakelsen.

5.1.4 Antakelse 4

Forbrukerne søker informasjon på nett før de handler klær i en fysisk butikk

I spørreundersøkelsen ble respondentene spurt om de handler klær i en fysisk butikk etter de har sett klærne i en nettbutikk, og der var det et stort flertall på hele 73% som svarte ja.

I dybdeintervjuene ble informantene spurt om de pleier å dra rett til en fysisk butikk når de innser et behov, eller om de søker informasjon på nett først, og der svarte fire av seks informanter at de pleier å gå inn på nett før de handler i en fysisk butikk. De to resterende informantene svarte at de pleier å dra rett i en fysisk butikk.

På grunnlag av dette kan vi bekrefte denne antakelsen.

5.1.5 Antakelse 5

Forbrukerne tar en raskere kjøpsbeslutning ved kleskjøp i fysiske butikker enn kleskjøp i nettbutikker

I spørreundersøkelsen ble respondentene spurt om hvilken salgskanal de tar raskest kjøpsbeslutning på. Her valgte flertallet fysisk butikk, hele 56%.

I dybdeintervjuene ble informantene spurt om det samme, der informant 1 og 2 svarte at de tar raskere kjøpsbeslutning i fysisk butikk, informant 4, 5 og 6 svarte at de tar raskere kjøpsbeslutning i nettbutikk og informant 3 svarte at det ikke er noe forskjell.

Dermed kan vi verken bekrefte eller avkrefte denne antakelsen. I spørreundersøkelsen svarte flertallet at de tar raskere kjøpsbeslutning i fysisk butikk, i mens i dybdeintervjuene svarte flertallet at de tar raskere kjøpsbeslutning i nettbutikk.

5.1.6 Antakelse 6

Forbrukerne har større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker

Vi har ikke svar fra spørreundersøkelsen da vi ikke stilte noen konkrete spørsmål angående dette i spørreskjemaet.

I dybdeintervjuene ble informantene spurt om de hadde større tillit til fysiske butikker enn til nettbutikker. Informant 1, 2 og 3 svarte at de hadde det. Informant 4 var usikker. Informant 5 svarte at hun har like stor tillit til nettbutikker som fysiske butikker. Informant 6 svarte at hun ikke hadde det.

På grunnlag av dette kan vi bekrefte denne antakelsen.

5.2 Vurdering av forskningsspørsmål

For å svare på forskningsspørsmålene bruker vi resultatene fra spørreundersøkelsen, dybdeintervjuene og antakelsene, og relevant teori fra teorikapittelet.

5.2.1 Forskningsspørsmål 1

Hvilken salgskanal foretrekker forbrukerne ved kjøp av klær og hvorfor?

Som nevnt i teorikapittelet, har begrepet salgskanal forandret seg drastisk gjennom de siste årene. Det har blitt mer og mer viktig at bedrifter følger med på trendene som oppstår i markedet. I følge Svein Roar Hult (2014), er fortsatt en god del nordmenn i erfaringsfasen, de er mer vant til å handle i fysisk butikk og foretrekker derfor det, og dette er en faktor som begrenser veksten i e-handel. I spørreundersøkelsen stilte vi respondentene to spørsmål i henhold til valg av salgskanal ved kjøp av klær. Det ene spørsmålet gjaldt hvilken salgskanal de handlet mest på, der majoriteten av respondentene (64%) svarte fysisk butikk, det samme gjaldt også det andre spørsmålet som var hvilken butikk de syntes det var lettest å handle i, dog var svarprosenten jevnere på sistnevnte spørsmål med 44% på fysisk butikk og 36% på nettbutikk. I dybdeintervjuene stilte vi et direkte spørsmål om hvilken salgskanal informantene foretrakk ved kjøp av klær, tre av seks informanter svarte fysisk butikk, to av

seks var likegyldig og en av seks svarte nettbutikk. Vi antok (antakelse 1) at forbrukerne handler oftere klær i fysiske butikker enn nettbutikker, og den ble også bekreftet. Det kan virke som om de fleste er komfortable med å handle klær på nett, men at de fortsatt foretrekker fysisk butikk.

Vi ville gjerne vite hvorfor forbrukerne fortsatt foretrekker fysisk butikk, med tanke på den økende veksten i netthandel. På grunn av at fysisk butikk er den salgskanalen de fleste virker å foretrekke, har vi valgt kun å inkludere svar angående det.

I spørreundersøkelsen spurte vi respondentene om hva som var grunnene til at de handlet klær i fysiske butikker, og det at de har mulighet til å prøve klærne var helt klart den ledende faktoren med hele 81% av respondentene. I dybdeintervjuene spurte vi informantene om hva som motiverte de til å handle klær i fysisk butikk og 83% av informantene svarte at den største motivasjonsfaktoren var at de fikk prøve klærne, dette samstemmer godt med svarene fra spørreundersøkelsen. I løpet av dybdeintervjuet sa informant 3 at hun følte seg gammeldags fordi hun ikke handler så mye på nett, men hun trodde at dette var på grunn av manglende erfaring, noe som støtter opp om Hult sine antakelser om at netthandelen vil øke etter hvert som flere får erfaring. Ut i fra våre funn kan vi konkludere med at den største faktoren for at forbrukerne foretrekker fysisk butikk, er muligheten til å prøve klær.

5.2.2 Forskningsspørsmål 2

Hvor stor betydning har bostedet til forbrukerne ved valg av salgskanal?

Både i spørreundersøkelsen og i dybdeintervjuene ble respondentene spurt om bosted. Etter et raskt søk på Google fant vi ut antall innbyggere på de forskjellige bostedene. Vi antok (antakelse 2) at kvinner bosatt på steder med innbyggertall under 10 000 foretrekker å handle klær i nettbutikker. Grunnen til dette var at på slike tettsteder er butikktutvalget som oftest begrenset og det kan være langt til nærmeste by eller kjøpesenter. Ut i fra resultatene fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene avkreftet vi denne antakelsen da det var kun 13% av de 126 respondentene som bor på et tettsted med under 10 000 innbyggere som foretrakk å ta kleshandelen på internett. I dybdeintervjuene hadde vi kun en informant som bodde på et sted med innbyggertall under 10 000 og hun svarte likegyldig på spørsmålet om foretrukket salgskanal. Vi velger ikke å legge alt for stor vekt på resultatet fra antakelsen, da vi antar at de fleste respondentene fra spørreundersøkelsen som svarte at de bor på et tettsted med innbyggertall på under 10 000, bor relativt nært Ålesund, eksempelvis i Giske kommune, Sula kommune og Hareid kommune. Vi antar dette på grunnlag av at vi delte

spørreundersøkelsen på Facebook-grupper som "Kjøp-/salg-/bytteside for Ålesund og omegn" og "Til salgs på Sunnmøre". Disse har større tilgang til utvalg av butikker enn de som bor på steder der det er langt til nærmeste by.

I dybdeintervjuet ville vi gjerne at informantene skulle sette seg inn i en situasjon der de bodde i en større/mindre by, avhengig av deres bosted, og om andelen av kleshandel i fysisk butikk/nettbutikk ville vært større med tanke på tilgjengelighet av fysiske butikker. To av informantene som er bosatt i en mindre by, som også er to av de som ser ut til å handle mest på nett, svarte at de ville handlet mer på fysiske butikker hvis de bodde i en større by – dette på grunn av bedre utvalg av butikker. De to andre informantene som er bosatt i en mindre by svarte at de ville handlet like mye, om ikke mer på nettbutikk, i mens de to som er bosatt i en større by trodde de ville handlet mer på nett hvis de bodde i en mindre by med mindre tilgang til butikker.

Funnene fra spørreundersøkelsen, presentert i resultatkapittelet viser at i byer med innbyggertall på mellom 10 000 og 50 000, foretrekker flertallet fysiske butikker ved kleshandel, hele 62%. Prosenten av de som har svart at de foretrekker begge salgskanalene er 19% og prosenten av de som har svart at de foretrekker nettbutikk er 18%. Dette viser at det er en del som foretrekker kleshandel i nettbutikk. Det samme gjelder i byer med innbyggertall på mellom 50 000 og 300 000 og på over 300 000. I byer med innbyggertall på over 300 000 er det 27% som har svart at de foretrekker begge salgskanalene like mye, dette er mer enn det vi hadde forventet. Vi hadde forventet at det skulle være flere enn 58% som foretrakk kleshandel i fysisk butikk grunnet at det er et stort utvalg av fysiske butikker på disse stedene.

Det er et klart flertall som foretrekker fysisk butikk som sin salgskanal. I spørreundersøkelsen er det ikke like høy prosent som lar bosted påvirke valg av salgskanal som vi hadde forventet, men det er likevel et klart flertall. Det ser vi også i dybdeintervjuene der var det kun to av informantene som ikke lar bosted påvirke valg av salgskanal. Vi konkluderer derfor med at valg av salgskanal ved kleshandel blir i stor grad påvirket av bosted.

5.2.3 Forskningsspørsmål 3

Hvilke ytre påvirkningsfaktorer har størst innflytelse på forbrukerne før et kleskjøp?

I spørreundersøkelsen ble respondentene spurt om hvor de får sin inspirasjon fra før de handler klær i en fysisk butikk og før de handler klær i en nettbutikk. Ved fysisk butikk svarte flertallet (34%) at de får sin inspirasjon ved å titte i den fysiske butikken. Ut i fra resten av resultatene ser vi at familie/venner (13%), reklame i sosiale medier (13%) og

bloggere/kjendiser/fashionistaer (12%) også gir forbrukerne inspirasjon. Når det gjelder kleshandel i nettbutikk er det mye av de samme påvirkningsfaktorene, her er det også et flertall som mener at det å titte i nettbutikken er den største inspirasjonen. Denne inspirasjonen kan ses på som en del av butikkenes egen markedsføringsstimuli. I butikkene har de ofte display, utstillingsdukker og en tiltrekkende vareplassering som gjør at kundene blir inspirert.

Vi avkreftet antakelsen (antakelse 3) om at kvinner blir mest påvirket av sosiale medier før nye kleskjøp. Reklame i sosiale medier er ikke den største påvirkningsfaktoren, men det er en viktig ytre påvirkningsfaktor, spesielt ved kleshandel i nettbutikk. I dagens marked er reklame i sosiale medier blitt vitalt for å kunne nå ut til forbrukerne, spesielt med tanke på den økende e-handelen. Dette ser vi tydelig når indirekte referansegrupper blir like viktig som normative referansegrupper, om ikke viktigere, noe funnene viste ved kleshandel i nettbutikk.

Resultatene fra dybdeintervjuene viser at venner, familie, sosiale medier, og bloggere er de viktigste inspirasjonskildene/ytre påvirkningene, hvor flertallet blir mest påvirket av venner. Her er det også de normative og indirekte referansegruppene som har størst påvirkning.

Vi konkluderer med at det er markedsføringsstimuli som i selve produktet og den normative referansegruppen som er de ytre påvirkningsfaktorene som har størst innflytelse på respondentene før et kleskjøp.

5.2.4 Forskningsspørsmål 4

Hva slags likheter/ulikheter finnes det i forbrukernes beslutningsprosess ved kjøp av klær i nettbutikk og i fysisk butikk?

Da alle informantene i dybdeintervjuene svarte at deres siste kleskjøp var i en fysisk butikk, så vil svarene mellom spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene kunne variere litt mellom fysisk butikk og nettbutikk.

Før forbrukerne kan ta en beslutning, går de gjennom problemerkjenning, informasjonsinnhenting og evaluering av alternativer. Alle disse stegene vil være individuelle i forhold til forbrukernes psykologiske faktorer og tidligere erfaringer. Det finnes derfor mange likheter og ulikheter på selve trinnene, spesielt mellom fysiske butikker og nettbutikker.

De ytre påvirkningsfaktorene har ofte innflytelse når forbrukerne entrer det første steget av beslutningsmodellen, altså *problemerkjenningen*. Likevel vil innflytelsesgraden av de ytre

påvirkningsfaktorene variere ut i fra om forbrukeren gjør et impulsjøp, eller ikke. I spørreundersøkelsen spurte vi respondentene om hvor de fikk inspirasjon fra før et klesjøp i en nettbutikk og i fysisk butikk, altså hva som påvirket dem til å registrere et behov. På spørsmålet angående nettbutikker svarte 80% at det å titte i nettbutikken er det som påvirker dem mest, og deretter reklame i sosiale medier (44%). I fysiske butikker var helt klart det å titte i den fysiske butikken den ledende faktoren med hele 84% av respondentene. Dette er en likhet, det virker som om de fleste får inspirasjon fra å titte i de forskjellige butikkene på de forskjellige salgskanalene.

I dybdeintervjuene spurte vi informantene om hva som motiverte de til å handle ved deres siste klesjøp, informant 1 svarte at hun hadde et gavekort hun måtte bruke, informant 2 og 3 svarte at de hadde et behov, informant 4 svarte at det var en belønning, og informant 5 og 6 svarte at de ble motivert på grunn av salg. Dette kan vi vurdere opp i mot spørsmålet om de handlet impulsivt eller ikke, som også gjaldt deres siste klesjøp. Både de to informantene som svarte at de hadde et behov og informanten som hadde et gavekort handlet ikke impulsivt, men på grunn av de indre påvirkningsfaktorene, at de hadde registrert et faktisk behov. Informanten som svarte at det siste kjøpet var en belønning og begge informantene som svarte at de handlet på grunn av salg, svarte at de handlet impulsivt der og da, altså at butikkens egen markedsføringsstimuli hadde innflytelse før kjøpet.

Vi ønsket også å se på grunnene til at forbrukerne velger å handle enten i nettbutikk eller i fysisk butikk. I spørreundersøkelsen var de ledende faktorene for at forbrukerne handlet i nettbutikker at det var bedre utvalg enn i fysiske butikker (53%), samt bedre priser enn i fysiske butikker (44%). Den største grunnen til at respondentene handlet i fysiske butikker var muligheten til å prøve klærne (81%). I dybdeintervjuene spurte vi informantene om hva som motiverte de til å handle i nettbutikk eller i fysisk butikk på generell basis. Når det gjelder nettbutikk svarte tre av seks informanter at større utvalg var det som motiverte dem mest, og to av seks informanter svarte salg. Angående fysisk butikk svarte hele fem av seks informanter at det som motiverte dem mest var muligheten til å prøve klærne. Dette samstemmer med funnene fra spørreundersøkelsen. Det å ha muligheten til å prøve klærne er en kategorispesifikk barriere som kan hindre vekst i e-handel, men som samtidig er en utfordring for nettbutikkene å gjøre noe med. På dette spørsmålet er det vanskelig å finne likheter/ulikheter mellom salgskanalene, da det å gi forbrukerne muligheten til å prøve klær er, som nevnt, en utfordring for nettbutikkene å tilby.

Som nevnt i teorien så begynner selve *informasjonsinnhenting* når forbrukerne har innsett behovet. Om forbrukerne bruker lang tid på dette stadiet eller ikke, kommer helt an på om forbrukerne handler impulsivt og om de eventuelt har erfaring med produktet fra før, samt deres psykologiske faktorer. I spørreundersøkelsen ønsket vi å finne ut om respondentene brukte lang tid på å søke informasjon før sitt siste kleskjøp i nettbutikk og sitt siste kleskjøp i fysisk butikk. Angående nettbutikker svarte 33% av respondentene at de brukte lang tid på å søke informasjon, mens de resterende 67% handlet impulsivt, enten på grunn av dagens følelser, eller fordi de hadde erfaring med produktet fra før. Det er helt klart at prosessen med informasjonsinnhenting blir kortet ned hvis forbrukerne har erfaring med plagget, og ikke trenger å gjøre noe mer omfattende søk enn som så. I fysisk butikk ser vi en klar ulikhet ved at langt færre brukte tid på å søke informasjon før sitt siste kjøp, kun 8% av respondentene svarte at de søkte informasjon, i mens de resterende handlet impulsivt.

I dybdeintervjuene spurte vi informantene om de brukte lang tid på søke informasjon før det siste kleskjøpet deres, og der svarte hele fem av seks at de ikke gjorde det, mens en av informantene svarte at hun brukte nettsiden til den aktuelle butikken for å tilegne seg informasjon om vareutvalget. Med tanke på at alle informantene utførte sitt siste kleskjøp i en fysisk butikk, så samstemmer dette godt med resultatene fra spørreundersøkelsen. Vi spurte også informantene om de trodde dette hadde vært annerledes hvis det siste kleskjøpet deres var i en nettbutikk. Fire av seks informanter svarte at de trodde de ville brukt lenger tid på informasjonsinnhenting hvis de handlet i nettbutikk fordi det er lettere å søke informasjon på den salgskanalen, samt at de ville sjekket ut leveringstider, produktinformasjon etc. Både ut i fra resultatene fra spørreundersøkelsen, samt svarene fra dybdeintervjuene så kan vi se en helt klar ulikhet i grad av informasjonsinnhenting mellom nettbutikk og fysisk butikk. Grunnene til dette kan være at når man handler på nett, så har man mulighet til å sitte trygt i hjemmet, og man blir ikke påvirket av personell eller andre faktorer som ofte kan skape litt press til å ta et valg i en fysisk butikk. Samtidig er det også lettere å søke informasjon om andre nettbutikker og annet vareutvalg på internett.

Vi antok (antakelse 4) at forbrukerne søker informasjon på nett før de handler klær i en fysisk butikk. Denne antakelsen ble bekreftet da det var et stort flertall som svarte at det både hender og at de pleier å søke informasjon på nett før de handler i en fysisk butikk. Den største årsaken til dette var fordi både respondentene og informantene ønsket å prøve klærne før et eventuelt kjøp og derfor ikke ville kjøpe plagget på nett. Ut i fra PostNord sin rapport om Netthandel i Norden 2016, så ser vi at 23% i Norge har svart at de søkte informasjon på nett

før de handlet klær/sko i en fysisk butikk (PostNord, 2016, s.13). Dette er en mindre prosent enn ut i fra våre funn, der 73% svarte at det hender at de gjør det i spørreundersøkelsen, og fire av seks (67%) informanter svarte at de pleier å gjøre det i dybdeintervjuene. Grunnen til forskjellen kan være at vi ikke ga våre respondenter og informanter noen retningslinjer på selve definisjonen av "å søke informasjon på nett før et kleskjøp", på forhånd. I rapporten til PostNord lød spørsmålet slik *"Har du noen gang i de siste tre månedene først foretatt undersøkelser på internett om en vare som du så har handlet i butikk?"* (PostNord, 2016, s.13), i mens i vår forskning stilte vi mer generelle spørsmål der respondentene og informantene kan ha oppfattet det som inspirasjonsinnhenting på nett generelt og ikke før kjøp av et helt spesielt klesplagg.

Når forbrukerne har tilegnet seg nok informasjon er det på tide med *evaluering av alternativene*. På dette stadiet må forbrukerne evaluere de forskjellige produktene (butikkene) for å kunne ta et tilfredsstillende valg. I spørreundersøkelsen spurte vi respondentene om de pleier å sammenligne klesplagg fra andre nettbutikker/fysiske butikker før de gjør et kjøp, spesielt angående pris og kvalitet. På spørsmålet angående pris på nettbutikker svarte hele 73% at de sammenligner pris med andre nettbutikker, mens kun 53% svarte det samme angående fysiske butikker. Dette viser en ulikhet mellom nettbutikker og fysiske butikker ved at forbrukerne mest sannsynlig synes det er lettere å sammenligne pris ved kleshandel i nettbutikker.

På nettbutikker har man ikke mulighet til å kjenne på kvaliteten, men ofte er det en god produktbeskrivelse tilgjengelig. På dette spørsmålet svarte 53% av respondentene at de pleier å sammenligne kvalitet/tilgjengelig informasjon med plagg fra andre nettbutikker, mens 57% svarte at de sammenlignet kvaliteten på plaggene mellom de fysiske butikkene. Dette er en mer jevn prosent, og dermed kan det virke som om forbrukerne er så å si like opptatt av å sammenligne kvalitet på begge salgskanalene.

I og med at vi ba informantene ta utgangspunkt i sitt siste kleskjøp gjennom hele dybdeintervjuet, spurte vi informantene om de sammenlignet det siste kleskjøpet med klesplagg fra en annen fysisk butikk. Fem av seks informanter svarte at de ikke gjorde det, mens en informant svarte at hun sammenlignet kvaliteten. Dette kan også vurderes opp imot at tre av informantene handlet impulsivt, samt at den ene informantene måtte bruke gavekortet i den aktuelle butikken.

Vi antok (antakelse 5) at forbrukerne tar en raskere kjøpsbeslutning ved kleskjøp i fysiske butikker enn kleskjøp i nettbutikker. 56% av respondentene i spørreundersøkelsen svarte at de tar en raskere beslutning i fysiske butikker og 20% svarte at det er ingen forskjell når det kommer til å ta beslutning. I dybdeintervjuene kom det frem at tre av informantene tar en raskere kjøpsbeslutning i nettbutikk, to i fysisk butikk og at en ikke synes det er noen merkbar forskjell. Resultatene fra dybdeintervjuene står i strid med resultatene fra spørreundersøkelsen, og dermed ble antakelsen verken bekreftet eller avkreftet. Vi konkluderer med at en av årsakene til dette kan være at informantene befinner seg på ulike stadier i de forskjellige fasene som beskriver utvikling i netthandel. De tre informantene som svarte at de tar raskere kjøpsbeslutning i nettbutikk var de informantene som handler mest i nettbutikker og kan befinne seg i fjerde fase som heter utviklet fase. På grunn av dette har de gjennom gjentakende erfaring og tillit til sikkerhet, utviklet en positiv holdning til netthandel. Andre årsaker kan også være den enkeltes respondents og informants psykologiske faktorer og erfaringer. Ved en kjøpsbeslutning spiller alle disse faktorene inn og en forbrukers motivasjon, persepsjon, læring, personlighet og holdninger er individuelle, og kan være med på å avgjøre om de tar en rask kjøpsbeslutning eller ikke.

5.2.5 Forskningsspørsmål 5

Hvilken innstilling har forbrukerne i forhold til gjentakende kleskjøp i nettbutikk og i fysisk butikk?

I spørreundersøkelsen spurte vi respondentene om deres grunner til å handle i en nettbutikk og i en fysisk butikk gjentatte ganger, og grunner til ikke å gjøre det. Det kom frem at de tre viktigste årsakene til gjentakende kjøp i nettbutikk er attraktive priser, bredt utvalg av varer og kort leveringstid, der gode priser var det aller viktigste. Den viktigste årsaken til at respondentene ikke ender med gjentakende kjøp i nettbutikk er at klærne ikke lever opp til forventningene gjentatte ganger. Dette kalles kognitiv dissonans, noe som helst bør unngås når forbrukerne går i gjennom sine etterkjøpsevalueringer. Andre viktige årsaker er at respondentene ikke ønsker å betale frakt eller toll og at de opplever problemer med returnering av klesplagg. De samme faktorene gjelder så klart ikke fysiske butikker, der man får varen i hånden med en gang. De viktigste årsakene til at respondentene ikke kjøper klær i fysiske butikker gjentatte ganger er mangel på service, at de har hatt en dårlig opplevelse, at selgerne er for påtrengende og fordi det er billigere i nettbutikk. De viktigste grunnene til at de derimot gjør gjentakende kjøp av klær i fysiske butikker er tilgjengeligheten, fin/god opplevelse og god kundeservice. Dette viser at det er personell, med deres holdninger og

kunnskap, og den generelle opplevelsen til respondentene som påvirker valg av gjentakende kjøp av klær i fysiske butikker. Vi ser også at butikklojalitet og merkeloyalitet har relative høye prosenter på 35% og 20%. Det betyr at selv om det for eksempel er billigere i en annen fysisk butikk, så velger forbrukerne favorittbutikken på grunn av at de føler en viss form for lojalitet som klesbutikken har klart å bygge opp gjennom god kundeservice.

Vi bekreftet antakelsen (antakelse 6) om at kvinner har større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker. I dybdeintervjuene spurte vi informantene om de mente at det var større sjanse for at de ikke ble fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk, enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk. Tre av informantene var klare på at det er lettere å velge bort nettbutikker etter en dårlig opplevelse der. Informant 1 oppga at grunnen til dette var fordi man ikke har direkte kontakt med personalet i en nettbutikk. Informant 2 svarte at det er lettere fordi man ikke kan se personen, og at det ved en dårlig opplevelse i en nettbutikk så blir hele navnet til nettbutikken svekket, ikke bare den ansatte, som man ofte kan legge skylden på i en fysisk butikk. På spørsmålet om det hender at de handler klær i en fysisk butikk igjen, selv etter en dårlig opplevelse, svarte samtlige seks informanter at de ville gjort det, men de fleste er enige om at det ville gått en viss tidsperiode før de eventuelt returnerte. Vi ser at personell har mye å si for forbrukernes oppfatninger (persepsjoner) av butikken. Selv om informantene virker å ha større tillit til fysiske butikker, i henhold til gjentakende kjøp, så vil oppførselen til personellet som er på jobb den aktuelle dagen ha mye å si for opplevelsen til informantene. Personell har jo i senere år blitt en del av de berømte P'ene, og vi ser at personalets holdninger og kunnskap påvirker forbrukernes valg om gjentakende kjøp i en klesbutikk.

5.2.6 Andre funn

Informantene ble i dybdeintervjuene spurt om antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for nettbutikker de siste årene, grunnet økningen i netthandel. Tre av seks informanter svarte nei, men det var også de tre informantene som handler mest i fysiske butikker. Grunnen til dette kan være at de føler at de ikke har nok erfaring med kleshandel i nettbutikker. De tre resterende informantene svarte ja, og det var de tre som handler mest på nett. Svein Roar Hult sier at; jo mer erfaring forbrukere får med netthandel, jo mer vil den øke. Dermed kan vi også her kan sette de tre som handler mest i fysiske butikker, i erfaringsfasen, og de tre som handler mest på nett, i utviklet fase.

Vi spurte informantene om de har latt være å handle på en nettbutikk fordi de ikke har hatt kjennskap til nettsiden. Her viser det seg at informantene ikke har noen betenkelser ved å

handle, så lenge nettsiden er norsk. Vi bekreftet antakelsen (antakelse 6) om at kvinner har større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker, men selv om de fortsatt ser ut til å ha større tillit til fysiske butikker, så ser tilliten til nettbutikker ut til å øke.

6.0 Avslutningskapittel

6.1 Anbefalinger

I dybdeintervjuene ble informantene spurt hva som skal til for at de skal handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato. Informantene mener at raskere leveringstid, bedre priser enn i de fysiske butikkene og bedre utvalg er det som skal til. Informantene ble også spurt om hva som skal til for å overbevise dem til å handle klær i nettbutikker fremfor fysiske butikker. Informantene hadde ulike svar på dette spørsmålet, men de viktigste faktorene er større utvalg, raskere levering og raskere og bedre returordning.

Ut i fra våre funn om hvordan den økte interessen for netthandel påvirker kvinners kleskjøp, vil vi komme med anbefalinger angående hvordan nettbutikker kan øke salget sitt ved å tiltrekke seg flere forbrukere.

6.1.1 Anbefaling 1 – utvalg

Funnene fra spørreundersøkelsen og dybdeintervjuene viser at en av de største grunnene til at forbrukerne liker å handle klær i nettbutikker, er at de tilbyr et større vareutvalg enn de fysiske butikkene. Likevel er det alltid rom for forbedringer i henhold til utvidelse av vareutvalg. De butikkene som opererer med flere salgskanaler ved en multikanalstrategi bør vurdere å bevege seg over til en krysskanalstrategi for å kunne integrere salgskanalene sine. Ved å ha et større vareutvalg på nett kan for eksempel forbrukerne handle varen i nettbutikken, men velge å hente den i den fysiske butikken. Dette gjør at salgskanalene blir sømløse og det optimaliserer kjøpsopplevelsen til forbrukeren. De selvstendige nettbutikkene, som ikke opererer med fysisk butikk, kan tiltrekke seg flere kunder ved å tilby et større vareutvalg av for eksempel utenlandske merker som ikke finnes i Norge. Dette gjør at de får et slags monopol på varene. Forbrukerne kan så klart velge å handle hos de utenlandske nettbutikkene, men ved å handle i en norsk nettbutikk, blir fraktkostnadene lavere (evt. gratis), og de slipper å bekymre seg for tollavgift.

6.1.2 Anbefaling 2 - leveringstid

Lang leveringstid er en situasjonsbestemt barriere som kan hindre vekst i e-handel, og informant 2 nevnte at kort leveringstid er en viktig faktor for at hun skal kjøpe klær i

nettbutikker. I følge rapporten til PostNord, så krever norske forbrukere kort leveringstid. Hver tredje nordmann vil ha varen levert innen tre virkedager (PostNord, 2016, s.32). Resultatene i rapporten gjelder ikke kun klær, men vi kan ikke se noen grunn til at forbrukerne er villig til å vente lengre på klær enn på andre varer. For å få raskere leveringstid, kan en mulighet være at klesbutikkene som opererer med flere salgskanaler, fører en såkalt krysskanalstrategi der, som nevnt, forbrukerne har mulighet til å handle i nettbutikken og plukke opp klærne i den fysiske butikken. Hvis den fysiske butikken allerede har klærne inne, har forbrukeren mulighet til å handle i fred og ro hjemme, og hente klærne med en gang. Likevel er det tilfeller der klesbutikkene opererer med et større utvalg i nettbutikken enn i den fysiske butikken og da vil noe leveringstid uansett forekomme, med tanke på at varen må sendes til den fysiske butikken. De selvstendige nettbutikkene kan eventuelt vurdere å etablere flere lager/utsendelsesposter, inkludert såkalte pick-up points der forbrukerne kan hente varene selv. Vi ser selvfølgelig at dette vil føre til kostnader, men ved å ha et lager med et pick-up point i for eksempel de største byene i Norge, kan man enkelt redusere leveringstiden på leveransene, samt gi forbrukerne muligheten til å hente selv. Vi ser at mange nettbutikker allerede opererer med en relativt kort leveringstid, men med tanke på at forbrukerne blir mer og mer kravstore, er dette noe de største nettbutikkene kan vurdere.

6.1.3 Anbefaling 3 - passform

Eksakte mål oppgitt i nettbutikk kan spare tid og penger for både forbrukeren og bedriften. Virtuell prøving av klær kan forhindre at man kjøper klær i feil størrelse. Ny teknologi gjør det mulig å skanne kroppen ved hjelp av en 3D skanner, og dette kan resultere i at forbrukerne både kjøper flere klesplagg per transaksjon og returnerer færre varer. Slik teknologi finnes ikke i Norge per dags dato, men vi ser på dette som en mulighet og neste nødvendige steg. Dette konkluderer vi med etter å ha sett hva de utenlandske butikkene tilbyr (web 1).

Ut i fra våre funn ser vi at det er flere klesplagg forbrukerne aldri ville kjøpt i nettbutikker. Hele 57% av respondentene svarte i spørreundersøkelsen at de aldri ville kjøpt jeans i en nettbutikk, og dette antar vi at er på grunn av passform og størrelse. Med mulighet til å kunne "plotte" inn sine egne størrelser, vil man kunne få jeans som passer perfekt.

6.1.4 Anbefaling 4 – omnikanal

Omnikanal er det nye i verdensbildet. Det er ikke så veldig utbredt i Norge enda, men med tanke på at forbrukerne blir mer og mer kravstore i forhold til tilgjengelighet, så er dette noe

for butikkene å vurdere. Ved at informasjon og mulighet for kjøp er tilgjengelig via nettsider, apper, sosiale medier og lignende, så har kundene alltid en kanal de kan tilegne seg informasjon fra, samt handle klær på. Dette er veldig viktig med tanke på at internett og teknologi endrer seg og utvikler seg nærmest daglig. Nettbutikker bør vurdere å tilpasse nettsiden sin til alle smarttelefoner, iPader, datamaskiner, tablets og lignende for å kunne tilfredsstille kunden best mulig. Det er allerede en del nettbutikker som har lansert egne apper, men dette er også noe enda flere bør vurdere. I følge rapporten til DIBS fra 2015 har netthandel med en mobil enhet tredoblet seg i årene 2012-2015, med størst økning blant unge voksne mellom 25-34 år (DIBS, 2015).

6.1.5 Anbefaling 5 – pris og kundelojalitetsfordeler

I følge resultatene fra vår spørreundersøkelse er pris en hovedmotivasjon for valg av nettbutikk som salgskanal. De fleste nettbutikker har allerede per dags dato lavere pris enn de fysiske butikkene, da kostnadene ved ikke å ha en fysisk butikk er lavere. Måten de fysiske butikkene tiltrekker seg en del av forbrukerne på, er kundeklubber og fordelene tilknyttet det. Dette må nettbutikker også prøve å utnytte med sine egne former for kundeklubber og fordeler. De kan gjøre det ved for eksempel å gi de forbrukerne som handler mye, flere fordeler og gi de en status som VIP kunde. Slike lojalitetsfordeler vil kunne lønne seg i tiden fremover. Dette kan da innebære at de som klassifiseres som lojale kunder får bedre tilbud, fri frakt, fri retur, kvantumsrabatt, tilgang til salgskampanjer før alle andre, og for eksempel at de mottar gavekort/rabattkode som bursdagsgave. Informant 6 fortalte i dybdeintervjuet at hun ville handlet mer i nettbutikker dersom hun, som fast kunde, hadde fått større rabatter. Informant 1, 2, 4, 5 og 6 svarte i dybdeintervjuene at de handler mer per transaksjon i nettbutikker, derfor bør nettbutikker vurdere å innføre for eksempel kvantumsrabatt, der forbrukerne får rabatt når de kjøper flere plagg per transaksjon. Ved å implementere dette, vil butikken tiltrekke seg enda flere lojale kunder. Som vi presenterte i teorikapittelet, fører god kundeservice og høy kundetilfredshet til gjentakende kjøp, altså faste kunder.

6.1.6 Anbefaling 6 – retur

Ut i fra dybdeintervjuene ser vi at informant 2 mener at gode returordninger er nødvendig for at hun skal handle hyppigere på nett enn per dags dato. Flere butikker som driver integrerte salgskanaler bør åpne opp for muligheten til å returnere varer kjøpt i nettbutikken, i den fysiske butikken. Dette fører til at forbrukerne slipper å returnere varer ved post, vente på at nettbutikken skal registrere returen, for så å få pengene tilbake. Ved å gjøre dette vil også forbrukerne få et mer helhetlig og sømløst inntrykk av butikken, på tvers av alle

salgskanalene. En del av de selvstendige nettbutikkene opererer allerede i dag med gratis retur. Dette er noe alle bør vurdere, fraktkostnad ved retur kan oppfattes som negativt for forbrukerne, og dermed påvirke deres helhetlige inntrykk av etterkjøpsevalueringen, noe som kan føre til at de velger å handle i en annen butikk ved neste anledning.

6.2 Konklusjon

Vi vil i denne avsluttende delen av oppgaven presentere en konklusjon på de funnene som har blitt fremlagt gjennom besvarelsen. Vårt formål var å studere hvordan den økende interessen for internett som salgskanal har påvirket forbrukeratferden til kvinner mellom 18 og 35 år ved kleshandel. Vi har sett på likheter og ulikheter ved forbrukeratferden når det gjelder valg av salgskanal, altså nettbutikk eller fysisk butikk.

Vi har besvart følgende problemstilling: *"Hvordan har den økende interessen for e-handel påvirket kleshandelen til kvinner mellom 18 og 35 år?"*

På forhånd antok vi at på grunn av økt internettbruk, så ble de fleste forbrukerne påvirket av sosiale medier før et kleskjøp. Dette ble avkreftet og funnene tilsier at forbrukerne blir mest påvirket av venner/familie og reklame.

Vi antok at forbrukerne ofte søker informasjon på nett før de handler i en fysisk butikk, og det ble bekreftet. Dette tyder på at den økte interessen for bruk av internett eksisterer, selv om dette ikke er salgskanalen forbrukerne handler mest på.

Ut i fra våre resultater er det tydelig at selv med den økende interessen for e-handel, foretrekker respondentene og informantene å handle klær i fysiske butikker. Dette mener vi er på grunn av at en del av forbrukerne fortsatt er i erfaringsfasen med tanke på netthandel. De fleste er relativt trygge på å handle klær på nettsider, spesielt norske. Tillit viser seg ikke å være den avgjørende grunnen til at forbrukerne la vær å handle på nett, men de virker fortsatt å ha større tillit til fysiske butikker på dette tidspunktet.

Valg av salgskanal ser vi at fra våre funn er veldig situasjonsbestemt. Den økte interessen og bruken av internett påvirker ikke valg av salgskanal i like stor grad som vi antok før vi startet denne oppgaven. En av grunnene til dette kan være impulskjøp, altså at forbrukerne blir påvirket av dagens følelser, eller at de ser et plagg og tar kjøpsavgjørelsen der og da.

Funnene fra analysen resulterte i seks anbefalinger, som vi mener både de som opererer med flere salgskanaler, samt de med kun nettbutikk, bør vurdere. Butikkene med flere salgskanaler har dermed muligheten til å skape et mer sømløst inntrykk av bedriften. De som

har kun nettbutikk bør vurdere å redusere leveringstiden, gjøre det enklere i forhold til retur, samt lansere egne apper der kundene kan hente informasjon. Ved å operere med lavere priser enn de fysiske butikkene, så vil de også helt klart bli mer attraktive på markedet. Kundelojalitetsprogrammer er en effektiv måte å kunne innhente informasjon om forbrukerne, samt kunne tilrettelegge tilbud og kampanjer til hver og en forbrukers preferanser, så dette er også noe som bør vurderes.

Denne bransjen er stadig i utvikling, og bedriftene må kunne følge med på endringene i markedet. På tross av at ikke nettbutikker er den salgskanalen forbrukerne handler mest på per dags dato, så er netthandel under stadig utvikling, og det blir mer og mer populært å handle varene derfra. For å kunne tilpasse seg markedet, må butikkene ha fokus på kontinuerlig å forandre, fornye og forbedre seg. Dette vil øke kundetilfredsheten og dermed også øke andelen av kleshandel på nett.

6.3 Tips til fremtidig forskning

For fremtidig forskning kunne det vært interessant å utføre en spørreundersøkelse med skalerings spørsmål, slik at man kan analysere svarene i SPSS. Dette vil gjøre det enklere å generalisere svarene, samt at man på en enklere måte kan sammenligne for eksempel bosted og forbrukeratferd. Vi innser at det hadde vært lettere for oss i forhold til sammenligningen, hvis vi hadde brukt et statistisk program for analyseringen. Det kunne også vært interessant å se på problemstillingen i et større perspektiv, som å inkludere flere typer varer, og i tillegg se på begge kjønn. Med tanke på størrelsen på oppgaven vår, måtte vi ta avgresninger, men dette kan være spennende å forske nærmere på ved en annen anledning. En annen mulighet kan være å velge en konkret bedrift/kjede som opererer med begge salgskanalene, og dermed få innsikt fra bedriftens side, samt kundenes side.

Bibliografi

Andersen, H.B (2015) *E-handelen stiller høye krav til forandring*. DIBS Norsk E-handel. *DIBS årlige rapport om e-handel, mobil handel og online betaling*, 2015. Tilgjengelig fra: <<http://www.dibs.no/news/norsk-e-handel-2015>> [Lest 11.04.16]

DIBS Norsk E-handel (2015) *DIBS årlige rapport om e-handel, mobil handel og online betaling*. Tilgjengelig fra: <<http://www.dibs.no/news/norsk-e-handel-2015>> [Lest 11.04.16]

Fredriksen, J.I. (2010) *Varehandelsledelse*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Hult, S.R (2014) *Fra sømløs multikanal til totalhandel*. TNS Gallup, 2014. Tilgjengelig fra: <<http://www.tns-gallup.no/tns-innsik/fra-somlos-multikanalhandel-til-totalhandel>> [Lest 02.03.16]

Institutt for bransjeanalyser (IBA). *Detaljhandelsboken 2016*. Oslo, 2015.

Jacobsen, D.I. (2015) *Hvordan gjennomføre undersøkelser? - innføring i samfunnsvitenskapelig metode, 3. utgave*. Oslo: Cappelen Damm AS.

Kotler, P. (2007) *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

PostNord (2016) *Netthandel i Norden 2016*. PostNord, 2016. Tilgjengelig fra: <<http://www.postnord.no/nb/om-postnord/nyheter-og-presse/Sider/E-handel.aspx>> [Lest 19.04.16]

Ringdal, K. (2007) *Enhet og Mangfold, 2. utgave*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Selnes, F., Lanseng, E.J. (2014) *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Schiffman, L.G., Kanuk, L.L., Hansen, H. (2012) *Consumer Behaviour – A European outlook, second edition*. New Jersey: Pearson Educated Limited.

Virke (2015) *eHandelsbarometer, kvartal 1, 2015*. Tilgjengelig fra: <http://www.virke.no/talloganalyse/Documents/eHandelsbarometeret_Q1_2015.pdf> [Lest 11.04.16]

Virke (2015) *eHandelsbarometer, kvartal 2, 2015*. Tilgjengelig fra: <http://www.virke.no/bransjer/Documents/eHandelsbarometeret_Q2_2015.pdf> [Lest 11.04.16]

Virke (2015) *eHandelsbarometer, kvartal 3, 2015*. Tilgjengelig fra: <http://www.virke.no/talloganalyse/Documents/eHandelsbarometeret_Q3_2015.pdf> [Lest 11.04.16]

Virke (2015) *eHandelsbarometer, kvartal 4, 2015*. Tilgjengelig fra: <http://www.virke.no/talloganalyse/Documents/eHandelsbarometeret_Q4.pdf> [Lest 11.04.16]

Web 1: www.try.com [Lest 11.04.16]

Wilson, A. (2012) *Marketing Research - an integrated approach, 2 utgave*. Essex: Pearson Educated Limited.

Wisløff, F.H (2014) *TREND: Omnikanal - når skillet mellom nett og butikk viskes ut*.
Tilgjengelig fra: <<http://blog.makingwaves.no/ideer/trend-omnikanal-nar-skillet-mellom-nett-og-butikk-viskes-ut/>> [Lest 05.04.16]

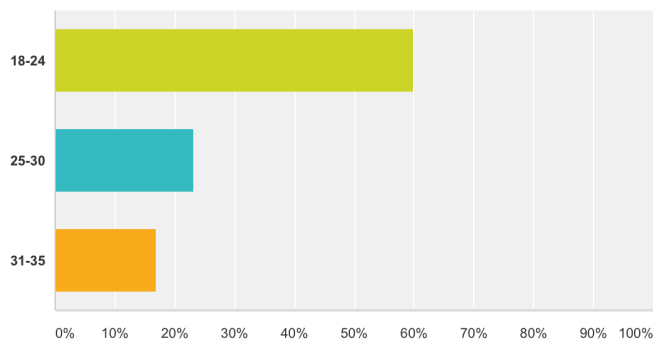
Vedlegg 1

Spørreundersøkelse

Spørsmål 1

Hvor gammel er du?

Besvart: 475 Hoppet over: 2

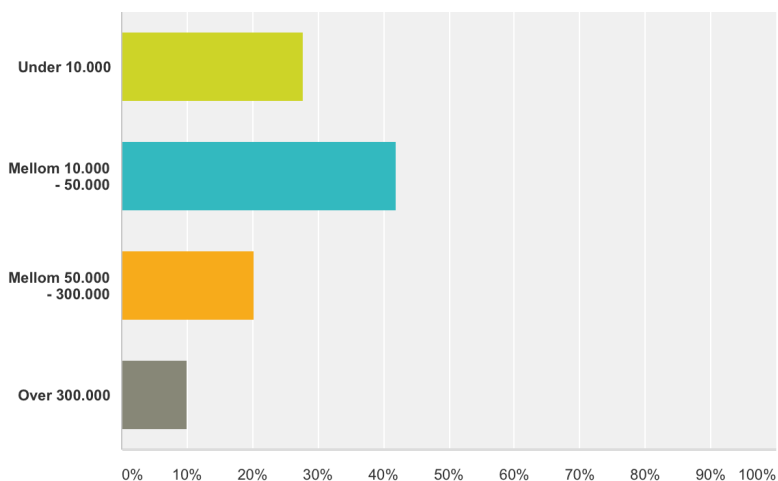


Svarvalg	Svar	
18-24	60,00%	285
25-30	23,16%	110
31-35	16,84%	80
Totalt		475

Spørsmål 2 (Inkludert i resultatkapittelet)

Hvor mange innbyggere bor det der du bor? (by/tettsted)

Besvart: 477 Hoppet over: 0

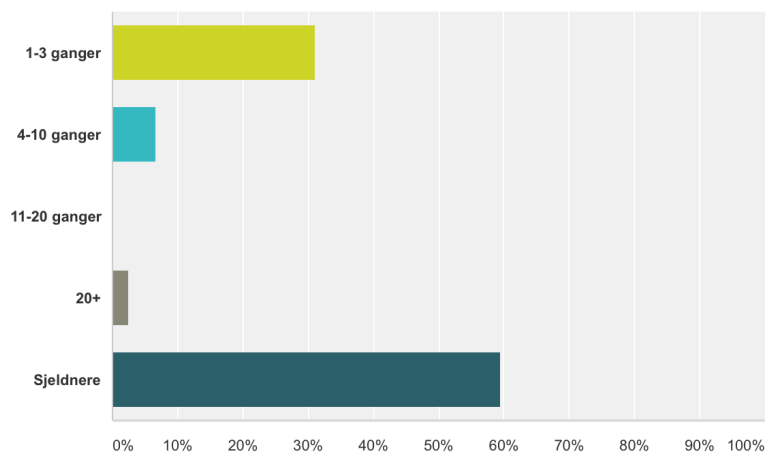


Svarvalg	Svar	
Under 10.000	27,67%	132
Mellom 10.000 - 50.000	41,93%	200
Mellom 50.000 - 300.000	20,34%	97
Over 300.000	10,06%	48
Totalt		477

Spørsmål 3

Hvor mange ganger i løpet av en måned handler du klær i nettbutikker?

Besvart: 467 Hoppet over: 10

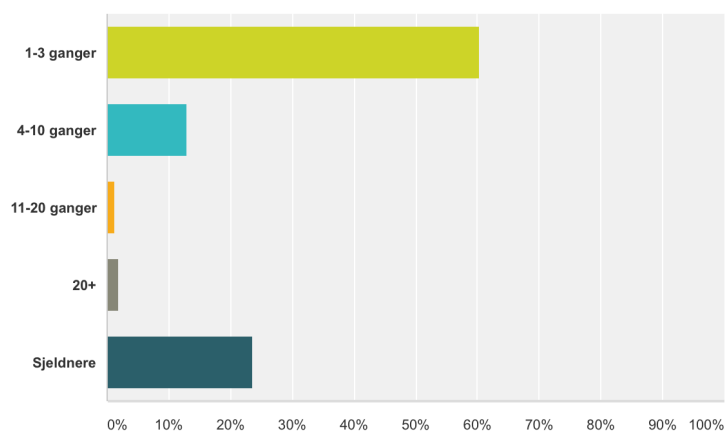


Svarvalg	Svar
1-3 ganger	31,05% 145
4-10 ganger	6,64% 31
11-20 ganger	0,21% 1
20+	2,57% 12
Sjeldnere	59,53% 278
Totalt	467

Spørsmål 4

Hvor mange ganger i løpet av en måned handler du klær i fysiske butikker?

Besvart: 467 Hoppet over: 10

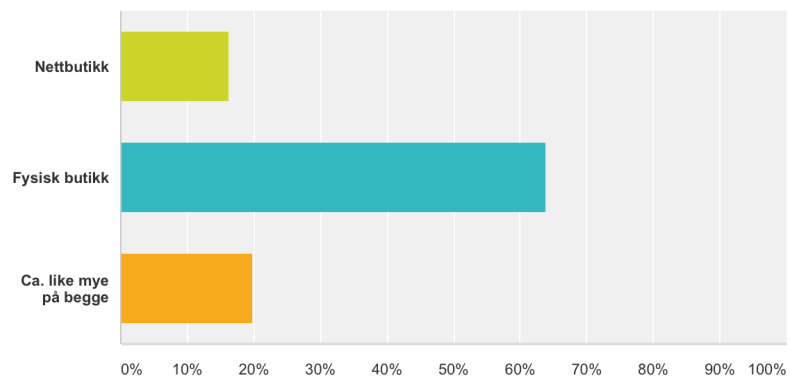


Svarvalg	Svar
1-3 ganger	60,39% 282
4-10 ganger	12,85% 60
11-20 ganger	1,28% 6
20+	1,93% 9
Sjeldnere	23,55% 110
Totalt	467

Spørsmål 5
(Inkludert i resultatkapittelet)

Hvor vil du si at du handler klær mest?

Besvart: 467 Hoppet over: 10

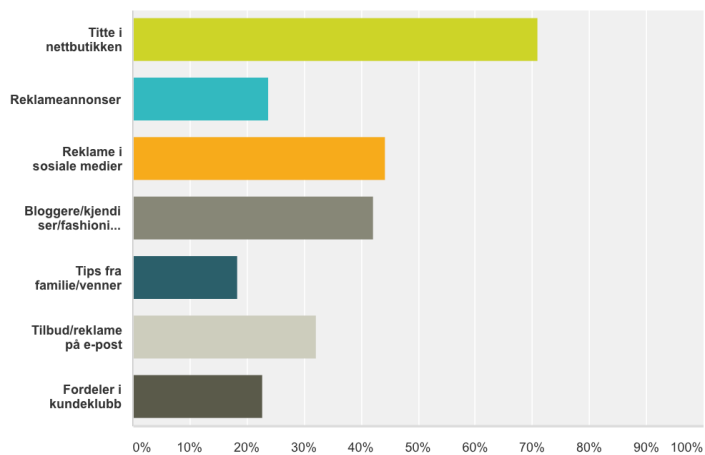


Svarvalg	Svar
Nettbutikk	16,27% 76
Fysisk butikk	63,81% 298
Ca. like mye på begge	19,91% 93
Totalt	467

Spørsmål 6
(Inkludert i resultatkapittelet)

Hvor får du informasjon/inspirasjon fra, før du kjøper klær i nettbutikker? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 413 Hoppet over: 64

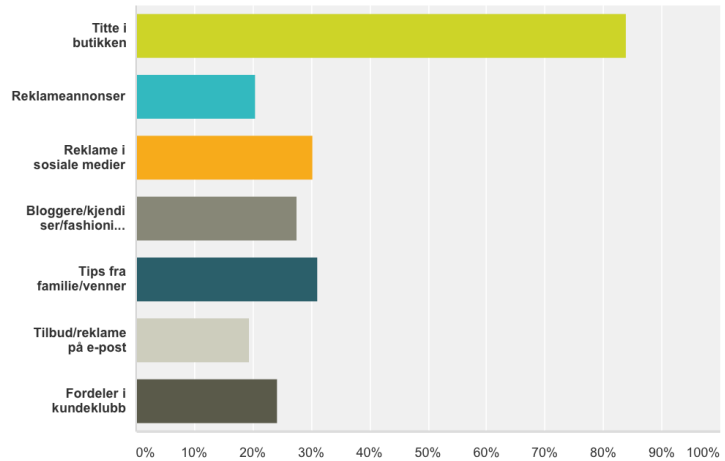


Svarvalg	Svar
Titte i nettbutikken	70,94% 293
Reklameannonser	23,73% 98
Reklame i sosiale medier	44,31% 183
Bloggere/kjendiser/fashionistaer	42,13% 174
Tips fra familie/venner	18,40% 76
Tilbud/reklame på e-post	32,20% 133
Fordeler i kundeklubb	22,76% 94
Totalt antall respondenter: 413	

Hvor får du informasjon/inspirasjon fra, før du kjøper klær i fysiske butikker? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 417 Hoppet over: 60

Spørsmål 7 (Inkludert i resultatkapittelet)



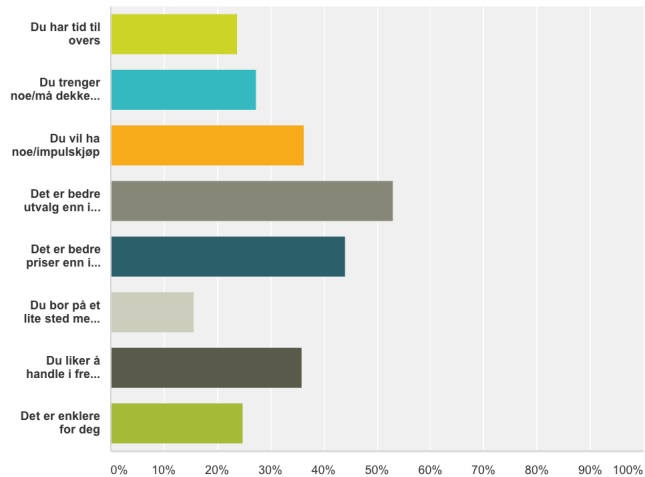
Svarvalg	Svar
▼ Titte i butikken	83,93% 350
▼ Reklameannonser	20,38% 85
▼ Reklame i sosiale medier	30,22% 126
▼ Bloggere/kjendiser/fashionistaer	27,58% 115
▼ Tips fra familie/venner	31,18% 130
▼ Tilbud/reklame på e-post	19,42% 81
▼ Fordeler i kundeklubb	24,22% 101

Totalt antall respondenter: 417

Spørsmål 8 (Inkludert i resultatkapittelet)

Handler du klær i nettbutikker fordi... (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 427 Hoppet over: 50



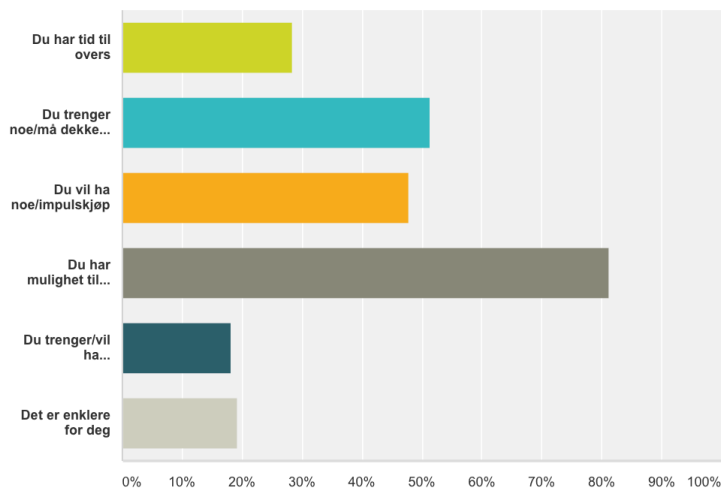
Svarvalg	Svar
▼ Du har tid til overs	23,89% 102
▼ Du trenger noe/må dekke et behov	27,40% 117
▼ Du vil ha noe/impulskjøp	36,30% 155
▼ Det er bedre utvalg enn i fysiske butikker	52,93% 226
▼ Det er bedre priser enn i fysiske butikker	44,03% 188
▼ Du bor på et lite sted med lite utvalg av klesbutikker	15,69% 67
▼ Du liker å handle i fred og ro uten å bli forstyrret	35,83% 153
▼ Det er enklere for deg	24,82% 106

Totalt antall respondenter: 427

Spørsmål 9
(Inkludert i resultatkapittelet)

**Handler du klær i fysiske butikker fordi...
(velg opptil 3 svaralternativer)**

Besvart: 433 Hoppet over: 44

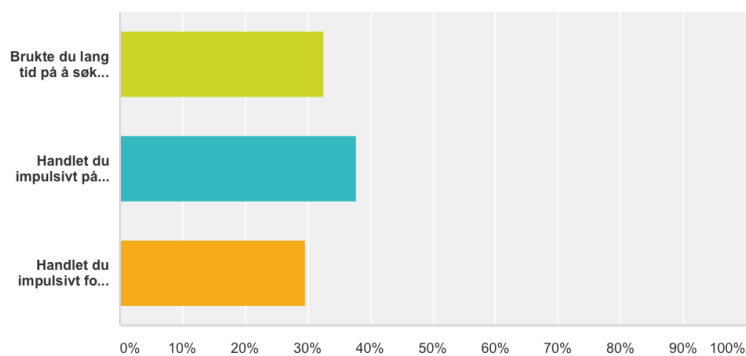


Svarvalg	Svar
▼ Du har tid til overs	28,41% 123
▼ Du trenger noe/må dekke et behov	51,27% 222
▼ Du vil ha noe/impulskjøp	47,81% 207
▼ Du har mulighet til å prøve klærne	81,29% 352
▼ Du trenger/vil ha hjelp/veiledning	18,24% 79
▼ Det er enklere for deg	19,17% 83
Totalt antall respondenter: 433	

Spørsmål 10

**Ved ditt siste kjøp av klær i en nettbutikk,
så...**

Besvart: 415 Hoppet over: 62

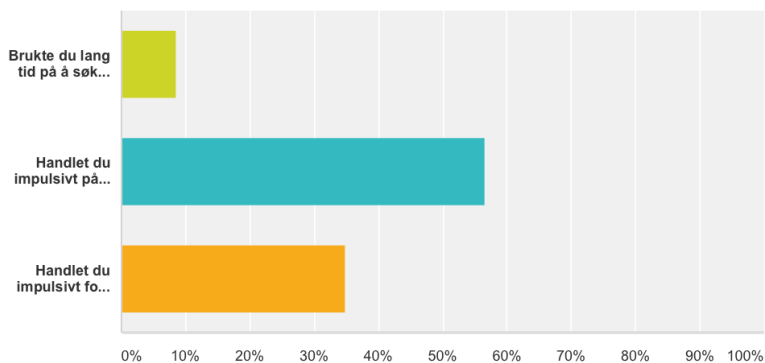


Svarvalg	Svar
▼ Brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet på forhånd	32,53% 135
▼ Handlet du impulsivt på grunn av dagens humør/følelser (Eks: Fordi du følte at du fortjente det)	37,83% 157
▼ Handlet du impulsivt fordi du hadde erfaring med klesplagget/merkevaren fra tidligere	29,64% 123
Totalt	

Spørsmål 11

Ved ditt siste kjøp av klær i en fysisk butikk, så...

Besvart: 420 Hoppet over: 57



Svarvalg	Svar
▼ Brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet på forhånd	8,57% 36
▼ Handlet du impulsivt på grunn av dagens humør/følelser (Eks: Fordi du følte at du fortjente det)	56,67% 238
▼ Handlet du impulsivt fordi du hadde erfaring med klesplagget/merkevaren fra tidligere	34,76% 146
Totalt	420

Spørsmål 12

Hender det at du handler klær i en nettbutikk etter at du har prøvd klærne i en fysisk butikk?

Besvart: 338 Hoppet over: 139

Svarvalg	Svar
Ja, hvorfor?	Svar 54,73% 185
Nei, hvorfor ikke?	Svar 46,45% 157

Svar fra ”Ja, hvorfor?” (Spm.12):

#	Ja, hvorfor?	Dato
1	Billigere på nett, sett at frakt er trekt fra	29.02.2016 09:27
2	Bedre priser	24.02.2016 15:42
3	fordi det er smart	24.02.2016 12:10
4	Pga nettbud	24.02.2016 12:04
5	Pris	23.02.2016 14:52
6	Kun dersom det er mer pris effektivt.	23.02.2016 12:24
7	Dersom det er stor prisforskjell	22.02.2016 23:00
8	Feks hvis det er på salg i nettbutikken, og jeg vet det passer fordi jeg tidligere har prøvd det.	22.02.2016 22:56
9	Nja	22.02.2016 22:42
10	Fordi jeg kan få det til en bedre pris	22.02.2016 22:37
11	Da er jeg 110 % sikker på str og farger	22.02.2016 22:22
12	fordi da er jeg sikrere på at passformen og størrelser er riktige	22.02.2016 22:06
13	Fordi det i noen tilfeller er billigere på nett.	22.02.2016 22:05
14	Billigere	22.02.2016 21:24
15	Dersom jeg er usikker på om jeg skal kjøpe det der og da, ser jeg an om jeg ikke "glemmer" plagget, da konkluderer jeg med at jeg vil ha plagget feks og hender da et jeg bestiller det på nett	22.02.2016 20:48
16	størrelse	22.02.2016 20:12
17	spare penger	22.02.2016 19:58
18	Billigere	22.02.2016 13:21
19	Ja hvis de selger varen rimeligere eller jeg trenger kreditt (klarna)	21.02.2016 20:27
20	Størrelse	20.02.2016 17:36
21	Pris	20.02.2016 11:53
22	Pris	20.02.2016 09:49
23	Pris	20.02.2016 00:16
24	Vist det er en god del billigere	19.02.2016 23:46
25	Billigere	19.02.2016 22:56
26	For å være sikker på størrelse og kvalitet. Får rabatt på nettet	19.02.2016 21:11
27	For å unngå å måtte returnere varen.	19.02.2016 19:41
28	Billigere	19.02.2016 17:49
29	Billigere på nett	19.02.2016 17:24
30	Billigere, eller fordi jeg ikke hadde penger nokk da jeg prøvde klærne i butikken.	19.02.2016 16:31
31	Billigere, som regel lengre "åpent kap"	19.02.2016 15:28
32	fordi det som oftest er billigere i nettbutikken, eksempel designvesker	19.02.2016 13:43
33	Om jeg har funnet det på tilbud i ettertid	19.02.2016 13:35
34	Pris	19.02.2016 13:05
35	Funnet bedre tilbudrabatt	19.02.2016 12:56
36	Billigere	19.02.2016 12:52
37	Kvinnekler i str S er ikke noen faste mål. Om jeg kan prøve plagget først og vite hvilken størrelse jeg trenger kan jeg kjøpe det på nett om det er billigere der.	19.02.2016 12:51
38	Fordi det kanskje er billigere på nettet	19.02.2016 12:51
39	Prisen var billigere	19.02.2016 12:31
40	Pris	19.02.2016 12:29
41	Kanskje det er billigere i en nettbutikk, eller kanskje de ikke har størrelsen min inne i den fysiske butikken.	19.02.2016 12:20
42	Billigere	19.02.2016 12:07
43	Ja, viss de ikke hadde størrelsen i butikk eller kan i når de får den inn igjen..	19.02.2016 12:05
44	Fordi jeg da slipper å dra tilbake til butikken.	19.02.2016 11:24
45	for da trenger man ikke betale med det samme.	19.02.2016 09:34
46	Otte billigere	19.02.2016 08:21
47	Det er berre om eg angrar på at eg ikkje kjøpte plagget, og ikkje har moglegheit til å dra tilbake til butikken	19.02.2016 00:47
48	Otte grunnnet selgers, og hyppigheten av mersalg. Det er greit å prøve ting på i butikken for så å gå hjem å kjøpe det på nett, siden nettbutikken ikke forsøker å selge deg pinneklemmer eller mascara til den gerseren du nettopp kjøpte.	18.02.2016 23:33
49	Garanti for passform	18.02.2016 23:21
50	Ja, billigere	18.02.2016 23:20
51	Fordi det er billigere	18.02.2016 23:05
52	Pris	18.02.2016 22:36
53	Billigere	18.02.2016 22:36
54	otte billigere	18.02.2016 22:33
55	Fordi det kan være billigere.	18.02.2016 22:29
56	Tilbud i nettbutikk som ikke var i fysisk butikk	18.02.2016 22:21
57	Kanskje hvis varen er billigere på nett. Og da har jo man allerede prøvd og vet størrelsen. Pleier å gjøre det ved dyrere varer man kan få billigere på nett :-)	18.02.2016 22:18
58	Pris	18.02.2016 22:13
59	Tilbud i nettbutikk	18.02.2016 22:08
60	Jeg gjorde det en gang fordi varen var i salg på nettet og ikke i selve butikken.	18.02.2016 22:03
61	Ikke tilgjengelig i fysisk butikk.	18.02.2016 22:00
62	Får litt betenkningstid.	18.02.2016 21:57
63	Billigere.	18.02.2016 21:32
64	Dersom det er billigere i nettbutikken	18.02.2016 21:30
65	Kan få det rimeligere	18.02.2016 20:44
66	Billigere	18.02.2016 20:33
67	Pris	18.02.2016 20:31
68	kan være rimeligere på nettet eller jeg er mer impulsiv når jeg sitter foran skjermen om kvelden.	18.02.2016 20:21

69	Dersom det er stor prisforskjell, jeg opplever dårlig kundebehandling etc.	18.02.2016 20:07
70	Kjøper gjerne på nett dersom de har større utvalg i farger enn i fysisk butikk. Eller dersom jeg må ha en str de ikke har i butikken.	18.02.2016 20:02
71	Billigere og er ikke alltid de har størrelsen igjen dagen etter når du skal kjøpe den	18.02.2016 19:50
72	Billigere	18.02.2016 19:46
73	Pris, billigere	18.02.2016 18:58
74	Otte rabatkoder på nettbutikk	18.02.2016 18:44
75	billigere	18.02.2016 18:35
76	Kanskje det er billigere på nett	18.02.2016 18:11
77	Jeans i fysisk butikk finnes ofte bare i 32/34 tommer (lengde). Samme bukse finnes gjerne i 30 tommer på nett.	18.02.2016 18:08
78	Prisforskjell	18.02.2016 17:49
79	Ombestemte meg og ville ha dem alleveit	18.02.2016 17:46
80	Viss prisen er billigere, eller det er langt å kjøre tilbake til den fysiske butikken	18.02.2016 17:18
81	Sjølke om størrelsen passer	18.02.2016 17:02
82	Billigere	18.02.2016 16:43
83	fordi da vet jeg at den passer.	18.02.2016 16:32
84	Ikke tilgjengelig størrelse i fysisk butikk eller salg i nettbutikk	18.02.2016 16:19
85	Mulig at det er andre farger i nettbutikken	18.02.2016 16:18
86	Prisen	18.02.2016 16:12
87	Ja. Prisene kan være bedre på nettbutikken.	18.02.2016 15:59
88	Kun dersom det er betydelig billigere på nett	18.02.2016 15:46
89	Om de ikke har størrelsen i butikk så kjøper jeg produktet i nettbutikk, men samme butikk som jeg prøver klærne	18.02.2016 15:45
90	Da er jeg sikker på at de passer, samtidig som jeg av og til kan få de billigere på nettet.	18.02.2016 15:43
91	Bedre priser og eventuelle salg og rabatter en bare får på nettbutikken	18.02.2016 15:23
92	Det kan være billigere på nettet	18.02.2016 15:22
93	Det hender, men sjeldent	18.02.2016 15:21
94	Pga. Pris	18.02.2016 15:19
95	Ja	18.02.2016 15:09
96	Ja, viss det trenger mer betenkningstid evt er billigere/annen farge	18.02.2016 15:01
97	Fordi da vet jeg hvordan plagget er i størrelse og passform.	18.02.2016 14:58
98	bare om det er billigere på nett	18.02.2016 14:55
99	Fordi det ofte er billigere	18.02.2016 14:49
100	Størrelse	18.02.2016 14:39
101	Fordi d er billigere	18.02.2016 14:29
102	Billigere	18.02.2016 14:28
103	Tilbud på nettet men ikke i den fysiske butikken	18.02.2016 14:28
104	hvis størrelsen er utsolgt i butikk	18.02.2016 14:25
105	Utlvalgt av farger, størrelse osv.	18.02.2016 14:20
106	Viss det er billigere	18.02.2016 14:16
107	Ja hvis det er stor prisforskjell	18.02.2016 14:13
108	Bedre pris, eller korrekt størrelse	18.02.2016 14:11
109	Pris	18.02.2016 14:10
110	Hvis de for eksempel ikke har den riktige størrelsen inne	18.02.2016 14:08
111	billigere	18.02.2016 14:06
112	Billigere på nett	18.02.2016 14:04
113	Man kan ofte få det billigere, og evt. i andre farger	18.02.2016 14:02
114	Pris	18.02.2016 14:02
115	fordi da vet jeg hvordan klærne er i passformen og størrelse	18.02.2016 14:02
116	Pga pris	18.02.2016 13:56
117	for de ikke hadde størrelsen	18.02.2016 13:53
118	Pris, billigere	18.02.2016 13:50
119	med tanke på pris	18.02.2016 13:47
120	Lavere priser på nett	18.02.2016 13:47
121	Pga lite utvalg i str i fysisk butikk.	18.02.2016 13:43
122	for å se om de passer	18.02.2016 13:41
123	Otte billigere på nett	18.02.2016 13:38
124	pris	18.02.2016 13:36
125	Bedre pris i nettbutikk	18.02.2016 13:36
126	Hvis det er tilbud på nett	18.02.2016 13:35
127	billigere	18.02.2016 13:21
128	Om de ikke har riktig størrelse i nett farge.	18.02.2016 13:20
129	Ja, om prisen er billigere på nett	18.02.2016 13:19
130	Billigere	18.02.2016 13:19
131	Noen ganger har de tilbud i nettbutikken men ikke i fysisk butikk	18.02.2016 13:14
132	Billigere på nett	18.02.2016 13:14
133	For å se hvis størrelsen passet	18.02.2016 13:11
134	Pris	18.02.2016 13:02
135	pris	18.02.2016 13:00
136	Ja dersom de er rimeligere i nettbutikk	18.02.2016 12:59
137	Fordi da har jeg fått sett at klærne passer	18.02.2016 12:55
138	For å sjekke størrelse og/eller kvalitet, og for at prisene ofte er lavere på nett	18.02.2016 12:54
139	Rabatkoder etc	18.02.2016 12:54
140	Til å få riktig størrelse	18.02.2016 12:54
141	bedre priser, men greit å prøve klærne først.	18.02.2016 12:52
142	For å prøve først	18.02.2016 07:23
143	Hvis det er stor prisforskjell	17.02.2016 20:45
144	Prisen er ofte lavere	17.02.2016 19:31
145	Kun om butikken ikke har igjen størrelsen, og nettbutikken har	17.02.2016 18:35
146	Jeg liker bedre klærne som har ikke ble prøvde av noen andre. Jeg tror at nettbutikken sender klærne rett fra bod. Og de klærne er pakket fint.	17.02.2016 18:20
147	Jeg har tenkt på plagget, og funnet ut at jeg vil ha det.	17.02.2016 18:14

Fortsetter...

148	Pris	17.02.2016 18:11
149	Billigere	17.02.2016 17:16
150	Ja, for å sjekke size	17.02.2016 17:13
151	Det hender at det er billigere	17.02.2016 16:12
152	Mer sikkerhet for tilfreds og hyppig bruk	17.02.2016 15:59
153	lavere pris på nett	17.02.2016 15:12
154	For da vet jeg at plagget passer, og ofte er det bedre pris på nett.	17.02.2016 14:36
155	small var for liten, medium var de tom for på butikken. så kjøpte i nettbutikken.	17.02.2016 14:23
156	Ofte gunstigere pris	17.02.2016 14:23
157	bedre pris eller manglet riktig størrelse feks	17.02.2016 14:02
158	ja, fordi det er billigere.	17.02.2016 13:40
159	Dersom det er billigere i en nettbutikk.	17.02.2016 13:39
160	Fordi de kan være billigere på nett.	17.02.2016 13:31
161	Hvis det er billigere.	17.02.2016 13:19
162	Fordi jeg finner en side produktet er billigere på	17.02.2016 13:01
163	Av og til. Om jeg er usikker på et produkt, som kanskje koste litt, bruker jeg ofte å ha litt "betenkningstid".	17.02.2016 12:46
164	str	17.02.2016 12:43
165	Noen nettbutikker er billigere enn fysiske butikker	17.02.2016 12:42
166	På grunn av tilgjengeligheten på størrelser og at prisen ofte er bedre.	17.02.2016 12:41
167	For å sjekke kvaliteten	17.02.2016 12:25
168	Hvis prisen er billigere	17.02.2016 12:23
169	Ja, fordi jeg får det tilsendt	17.02.2016 12:23
170	Kan være billigere	17.02.2016 12:20
171	Fordi det kan være billigere.	17.02.2016 12:12
172	Det er billigere	17.02.2016 11:56
173	Billigere i nettbutikk enkelte ganger	17.02.2016 11:52
174	Vet ikke	17.02.2016 11:44
175	Hvis de ikke har min str i butikk	17.02.2016 11:29
176	vet at de passer	17.02.2016 11:29
177	Det er billigere	17.02.2016 11:22
178	Om jeg ikke hadde penger tilgjengelig da jeg prøvde den. Eller så hadde de ikke min størrelse i butikk.	17.02.2016 11:15
179	Dersom de har bedre priser	17.02.2016 11:10
180	Forsikre meg om riktig størrelse	17.02.2016 11:10
181	Muligens billigere i nettbutikk	17.02.2016 11:05
182	Billigere	17.02.2016 10:49
183	Fordi det ofte er billigere på nett, rabatter osv.	17.02.2016 10:48
184	Fordi det ofte er billigere og de har bedre utvalg av kvalitet g farger	17.02.2016 10:46
185	Fordi det ofte er billigere eller at den fysiske butikken ikke har riktig størrelse	17.02.2016 10:35

Svar fra "Nei, hvorfor ikke?" (Spm. 12):

#	Nei, hvorfor ikke?	Dato
1	Hvis jeg prøver det i den fysiske butikken og liker det, så tviler jeg på at prisforskjellen er så stor at det er verdt å vente på forskjellen i x dager før jeg får plagget.	27.02.2016 15:48
2	latskap	28.02.2016 16:05
3	Dårlig gjort	25.02.2016 15:31
4	asdfgh	25.02.2016 02:12
5	Jeg hater å prøve klær	24.02.2016 22:48
6	Nei,	24.02.2016 21:57
7	Hånes ut som dobbelt arbeid.	24.02.2016 14:39
8	Vet ikke.	23.02.2016 23:11
9	Fordi jeg kjøper de i den fysiske butikken.	23.02.2016 15:39
10	Lettere å kjøpe i butikken	23.02.2016 14:37
11	Fordi det er noe spesielt med å gå ut av butikken med en pose full av godsaker.	23.02.2016 12:24
12	Kan ikke gjerne kjøpe det i butikken, slipper å betale frakt	23.02.2016 10:07
13	Har aldri gjort det	23.02.2016 09:50
14	ikke tid	23.02.2016 01:18
15	Da kjøper jeg med engang i en fysisk butikk	22.02.2016 23:29
16	Kan ikke så godt kjøpe det i den fysiske butikken	22.02.2016 23:18
17	For å sikre meg å kjøpe varen med en gang, i tilfelle denne ikke er tilgjengelig i nettbutikken	22.02.2016 22:48
18	Så morsomt er det ikke å prøve klær	22.02.2016 22:47
19	Får klærne med en gang	22.02.2016 22:38
20	Da kjøper jeg bare i butikk	22.02.2016 22:32
21	Kjøper de i fysisk butikk	22.02.2016 22:29
22	Kjøper de når jeg er i butikk viss jeg ønsker å kjøpe	22.02.2016 22:15
23	Kjøper den bare i den fysiske butikken da	22.02.2016 22:06
24	Vil heller kjøpe det med en gang	22.02.2016 21:44
25	Nei, frekt.	22.02.2016 21:13
26	Fordi det ofte er impuls kjøp	22.02.2016 20:42
27	Fordi jeg vil ha mest plagget hjem og bruke det med en gang -O	22.02.2016 20:37
28	ikke hatt behov for det	22.02.2016 20:18
29	Tungvint	22.02.2016 20:15
30	Fordi om jeg har lyst på klesplagget k den fysiske butikken, kjøper jeg det. Tyr jeg med etterhandlingen av å handle i nettbutikk har jeg vel egentlig ikke råd til å kjøpe det.	22.02.2016 20:13
31	Har ikke funnet de samme klærne i vanlig butikk	22.02.2016 20:08
32	Like greit å kjøpe klærne når man først er i butikken.	22.02.2016 19:29
33	Hvis det ikke er STOR prisforskjell gidder jeg ikke lete de frem på nettet og vente på å få de i posten	22.02.2016 01:15
34	Har ikke de samme klærne	20.02.2016 20:20
35	Som regel impuls kjøp	20.02.2016 18:15
36	Fordi jeg setter pris på butikkene og vil gjerne beholde dem.	20.02.2016 09:27
37	Kun om nettbutikk kan tilby bedre pris	20.02.2016 08:12
38	Passer de / liker jeg de i butikken kjøper jeg de der og da.	20.02.2016 03:18
39	Gjør som regel ikke det.	19.02.2016 22:58
40	Dårlig gjort, stutte fysiske butikker slik vi får beholde del	19.02.2016 22:43
41	Jeg handler i nettbutikk fordi utvalget er for dårlig i fysiske butikker. Om jeg kan få tak i det jeg skal ha i butikken kjøper jeg det der.	19.02.2016 22:42
42	Fordi jeg heller kjøper klærne i en fysisk butikk om jeg har prøvd de der.	19.02.2016 22:16
43	Må gjerne kjøpe klær der og da	19.02.2016 21:40
44	Kjøper de heller i den fysiske butikken, liker ikke vente på levering fra nettbutikk	19.02.2016 19:50
45	Kjøper som regel når jeg er der	19.02.2016 18:11
46	.	19.02.2016 15:16
47	Da må du vente en stund før du får de.	19.02.2016 13:43
48	Har to småbarn, har ikke tid til å bruke tid på å prøve for å kjøpe senere. Kjøper når jeg har tid om jeg prøver eller ikke	19.02.2016 13:04
49	Nei. Har bare aldri gjort det.	19.02.2016 12:57
50	Fordi eg statter lokale bedrifter, og heller vil betale nokre kroner ekstra enn å myste butikkane	19.02.2016 12:45
51	Lojalitet	19.02.2016 12:29
52	Kjøper den der og da	19.02.2016 12:24
53	ikke gjort det	19.02.2016 12:22
54	Like greit å kjøpe i butikk når man først er der.	19.02.2016 11:52
55	Nei, hvorfor ikke bare kjøpe dem i butikk når du først er der og har prøvd dem	19.02.2016 11:40
56	Går ikke på butikken bare for å prøve klær for å så bestille.	19.02.2016 09:42
57	Kjøper klær i nettbutikk, som ikke finnes i fysisk. Ofte fra UK.	19.02.2016 07:50
58	Det har jeg aldri gjort	19.02.2016 05:21
59	:)	19.02.2016 04:46
60	handler ikke på nett	19.02.2016 03:35
61	Det er for meg uetisk, jeg drar da nytte av en tjeneste gratis som jeg vet er "urett"	19.02.2016 02:39
62	Kjøper det der og da om det passer.	19.02.2016 00:45
63	Kjøper som regel det jeg trenger da i butikk.	19.02.2016 00:42
64	Har ikke komi på det	19.02.2016 00:11
65	Synes ikke det er nødvendig	18.02.2016 23:46
66	Tungvint	18.02.2016 23:45
67	!oh!	18.02.2016 23:29
68	Om jeg prøver og liker, kjøper jeg der og da	18.02.2016 23:10
69	Kjøper klær så sjeldent at det er litt stas å kjøpe det i butikk om jeg kan	18.02.2016 22:50
70	I fysisk butikk kan du ta med plaggene hjem med en gang	18.02.2016 22:46
71	Tungvint. Kjøper det om jeg liker det, om ikke prisen er varierende	18.02.2016 22:25
72	Jeg har aldri handlet klær på nettbutikk.	18.02.2016 22:05
73	De klærne jeg kjøper har som regel ikke kommet til Norge ennå.	18.02.2016 21:44
74	Kjøper det med en gang om jeg vil ha det	18.02.2016 21:43
75	Har ikke tid	18.02.2016 21:42
76	Fordi om jeg liker plagget jeg prøver, kjøper jeg det heller med en gang enn på nettbutikken.	18.02.2016 20:39
77	Klær jeg kjøper på nett er ikke i fysisk butikk	18.02.2016 19:58
78	Hvis jeg først har prøvt, og det passer, så kjøper jeg på stedet.	18.02.2016 19:22
79	Tenker ikke på det.	18.02.2016 19:08
80	Orker ikke	18.02.2016 19:07

81	Syns ikke det er moralsk riktig å kaste bort tid på butikksanette. Kjøper kun på nett hvis de ikke har den i butikken.	18.02.2016 18:21
82	Tungvint	18.02.2016 18:12
83	det er ikke samme type klær jeg kjøper i fysiske butikker og i nettbutikker.	18.02.2016 17:18
84	Det har ikke skjedd bare	18.02.2016 16:58
85	Da kan jeg like gjerne kjøpe det der jeg har prøvd det	18.02.2016 16:36
86	ja, billigere.	18.02.2016 16:25
87	Velikke, finner jeg noe jeg har prøvd og liker i en butikk kjøper jeg den som regel der å da.	18.02.2016 16:12
88	Eg handler ikke i nettbutikk fordi eg ynsker å bevare butikklivets	18.02.2016 16:06
89	Lettere å handle varen der og da. Får varen direkte.	18.02.2016 16:04
90	Ekstra arbeidstid	18.02.2016 15:58
91	Liker å kjøpe klær i butikk, når butikken har et trivelig personal, så blir jeg ekstra motivert til å kjøpe fra fysisk butikk.	18.02.2016 15:45
92	For det er ikke fysisk butikk i den nettbutikken	18.02.2016 15:39
93	Om jeg allerede har prøvd det bruker jeg som regel ikke å ha tolmøighet til å vente på at det skal komme , så jeg kjøper med en gang.	18.02.2016 15:12
94	Hvis jeg liker den kjøper jeg den da	18.02.2016 15:08
95	Handler på nett fordi min stil ikke normalt finnes i utvalget i fysiske butikker.	18.02.2016 15:04
96	handler på nett fra utlandet, ikke samme plaggene.	18.02.2016 14:56
97	Dette er ikke mulig, fordi disse butikkene er ikke i Norge	18.02.2016 14:48
98	Prøver heller klær hjemme i fred og ro, og returnerer om de ikke passer.	18.02.2016 14:46
99	Har ikke funnet samme klærne på nett som i butikk	18.02.2016 14:33
100	gidd ikke å vente	18.02.2016 14:28
101	Fordi jeg da handler noe jeg ikke finner i en fysisk butikk.	18.02.2016 14:22
102	Liker ikke å gå ut butikker	18.02.2016 14:12
103	Har ikke de butikkene	18.02.2016 13:53
104	For mye styr. Bedre å kjøpe det med en gang hvis man trenger det. Enn å vente og å lete frem på nettet for bare å spare en liten hundrelapp.	18.02.2016 13:51
105	.	18.02.2016 13:48
106	Er ikke så nøye på det	18.02.2016 13:35
107	Kjøper de der og da hvis jeg vil ha. Handler ikke så mye på nett. Kjøper det jeg vil ha.	18.02.2016 13:32
108	Da er det like greit å kjøpe dem når man er i den fysiske butikken å få klærne med en gang.	18.02.2016 13:31
109	Kjøper det heller når jeg prøver det. Får det med en gang da.	18.02.2016 13:28
110	Har kjøpt klærne direkte i fysisk butikk	18.02.2016 13:24
111	Prøver jeg klær i butikken kjøper jeg de der.	18.02.2016 13:21
112	enkler å bare kjøpe den på butikken	18.02.2016 13:20
113	Prisen er ofte samme tillegg så man ofte betale frakt	18.02.2016 13:19
114	Har ikke tenkt på det før, men vil helst ha klærne så fort som mulig.	18.02.2016 13:08
115	Prøver ikke klær	18.02.2016 13:08
116	Fordi det er enklest å kjøpe det der og da	18.02.2016 13:07
117	Nei	18.02.2016 13:02
118	Har ikke tenkt over dette	18.02.2016 12:59
119	Kjøper i butikken eventuelt.	18.02.2016 12:59
120	Handler mest fysisk butikk	18.02.2016 12:07
121	Fordi jeg foretrekker å få klærne forrest mulig	18.02.2016 00:09
122	Hvis jeg har prøvd og bestemt meg, så bare kjøper jeg	17.02.2016 20:51
123	Stress, vil ha klærne med en gang	17.02.2016 20:45
124	Nei, det er verdt så svart skjeldent.	17.02.2016 19:16
125	Har ikke tid til å vente for å kjøpe :)	17.02.2016 18:55
126	Nei	17.02.2016 18:50
127	.	17.02.2016 18:30
128	Nei, kjøper de direkte i butikk hvis jeg liker klærne	17.02.2016 18:22
129	Har tid, returnerer heller varen.	17.02.2016 18:18
130	Ville ha klærne rett etter jeg prøvde de.	17.02.2016 17:55
131	Bruker minst mulig tid på shopping	17.02.2016 17:50
132	Nei, fordi jeg kjemmer merke veldig godt.	17.02.2016 17:49
133	Fordi jeg kan sende varene tilbake kostnadsfritt	17.02.2016 17:11
134	Kjøper som regel der og da.	17.02.2016 16:28
135	Om jeg vil ha det så handler jeg rett og slett der og da.	17.02.2016 16:20
136	Like greit å bare kjøpe med engang.	17.02.2016 15:15
137	Handler aldri klær på nett som jeg kan kjøpe i en fysisk butikk.	17.02.2016 15:00
138	Kjøper det jeg vil ha i fysisk butikk	17.02.2016 14:51
139	Har ikke inntruffet enda	17.02.2016 14:41
140	hvis jeg finner klærne i butikk så gidder jeg ikke å bestille	17.02.2016 13:51
141	Fordi når jeg handler på nett er det som regel på grunn av at de kun har det på nett.	17.02.2016 13:10
142	Trenger som regel det jeg prøver, tar for lang tid å vente på bestillingen	17.02.2016 12:59
143	pris	17.02.2016 12:49
144	Frøkt mot den fysiske butikken	17.02.2016 12:49
145	Hvis jeg liker et plagg, vil jeg kjøpe det med en gang.	17.02.2016 12:05
146	Fordi da kunne jeg like så godt handlet i butikk	17.02.2016 11:59
147	Hvis jeg allerede har prøvd det i butikken og vil ha plagget, er det enklere å kjøpe det der og da.	17.02.2016 11:53
148	Vil ha plagget med en gang	17.02.2016 11:45
149	Dersom jeg liker klærne når jeg har prøvd de, kjøper jeg de jo der og da.	17.02.2016 11:45
150	kunne like godt kjøpt det i en fysisk butikk	17.02.2016 11:40
151	Har ikke latt meg inn	17.02.2016 11:37
152	Kjøper der og da	17.02.2016 11:36
153	Stress	17.02.2016 11:29
154	Lettere å kjøpe den i butikken når du først prøver den der. Får den med en gang	17.02.2016 10:52
155	Vet ikke	17.02.2016 10:51
156	Det jeg finner på nettet, har de ikke i butikk	17.02.2016 10:50
157	Orker ikke	17.02.2016 10:48

Hender det at du handler klær i en fysisk butikk etter at du har sett klærne i en nettbutikk?

Spørsmål 13 (Inkludert i resultatkapittelet)

Besvart: 334 Hoppet over: 143

Svarvalg	Svar	
Ja, hvorfor?	Svar	72,75% 243
Nei, hvorfor ikke?	Svar	27,54% 92

Svar fra "Ja, hvorfor?" (Spm. 13):

#	Ja, hvorfor?	Dato
1	Utlagelig på nett	29.02.2016 09:27
2	Hvis jeg liker plaggene jeg ser så kan det hende at jeg stikker innom fysiske butikker for å se om de har noe lignende. Da blir nettbutikken inspirasjon på et vis, men plaggene handles fysisk.	27.02.2016 15:48
3	tligjengelighet, prøve størrelser	28.02.2016 16:05
4	Snilt gjort	25.02.2016 15:31
5	Trenger plaggene til events	24.02.2016 15:42
6	Antagelig for å prøve klærne først.	24.02.2016 14:39
7	Trenger de fort eller str er utsolgt i nettbutikken	24.02.2016 12:04
8	Fordi da kan jeg prøve klærne.	23.02.2016 15:39
9	Lik pris	23.02.2016 14:52
10	Vil se hvordan plagget ser ut på før jeg kjøper	23.02.2016 14:37
11	Internett er en fin kilde til inspirasjon og informasjonssamling.	23.02.2016 12:24
12	For da får man prøvd de	23.02.2016 10:07
13	Fordi jeg foretrekker å prøve klærne hvis det er mulig	22.02.2016 23:29
14	Da får jeg prøvd størrelsesforman	22.02.2016 23:18
15	Vil se prøve det fysiske produktet	22.02.2016 23:00
16	Sjeldent	22.02.2016 22:56
17	For da vet jeg mer om plagget på forhånd.	22.02.2016 22:48
18	Gavekort	22.02.2016 22:47
19	Fordi da kan jeg vite hvordan plagget passer	22.02.2016 22:37
20	Får klærne med en gang + jeg vet helt sikkert at de passer	22.02.2016 22:36
21	For da er jeg sikker på at det passer	22.02.2016 22:32
22	For å prøve klærne, se de i virkeligheten	22.02.2016 22:29
23	Fordi jeg titter etter ønsker først.	22.02.2016 22:22
24	Fordi jeg ofte ser plaggene på nett, for så å prøve de i fysisk butikk. Da får jeg vurdert ut i fra hvordan klærne sitter på	22.02.2016 22:06
25	Fordi jeg da har prøvd den på og får varen med en gang.	22.02.2016 22:05
26	Ja, fått inspirasjon på nettet	22.02.2016 21:13
27	For å prøve klærne før jeg kjøper de. Kjenne kvaliteten og se fargevalg	22.02.2016 20:48
28	For å være sikker på hvordan plagget faktisk ser ut/sitter på	22.02.2016 20:43
29	Fordi jeg har lyst å se/prøve om det er like fint som det ser ut på bildet.	22.02.2016 20:42
30	På den måten kan jeg prøve plagget før jeg kjøper det. Men det er sjelden jeg gjør det.	22.02.2016 20:37
31	Fordi da vil jeg prøve varen før jeg bestiller. Bestiller kun om det er redusert pris på nettbutikken da.	22.02.2016 20:13
32	For å se klærne i virkeligheten hvis man er litt usikker.	22.02.2016 19:29
33	Fordi det er mulig å prøve klærne	22.02.2016 13:21
34	Hvis jeg er i tvil om størrelse eller fargen på plagget	21.02.2016 20:27
35	Pris, og leveringstid.	20.02.2016 11:53
36	Fordi jeg setter pris på butikkene, arbeidsplassene og følelsen av ekte butikker.	20.02.2016 09:27
37	Inspirasjon	20.02.2016 03:18
38	For å slippe ventingen på produktene	20.02.2016 00:16
39	Får prøve kledda, stepp retur	19.02.2016 23:46
40	For jeg vil ha det raskere.	19.02.2016 22:58
41	Pga leveringstid	19.02.2016 22:56
42	Dersom det er lik pris	19.02.2016 22:43
43	Ja, hvis jeg har sett plaggene, men vært usikker på størrelse og passform, og ønsket å prøve plagget/plaggene før jeg eventuelt har kjøpt de/vis.	19.02.2016 22:16
44	Drar til butikken for å prøve de ut. Hvis jeg for eksempel trenger plagget/plaggene samme dag, eller dagen etter.	19.02.2016 21:11
45	kan sjekke ut kvaliteten og farger og d passer	19.02.2016 19:50
46	Mottar varen raskere.	19.02.2016 19:41
47	Fordi klærne var oppført forventningene	19.02.2016 18:11
48	Fordi da kan jeg prøve klærne.	19.02.2016 17:49
49	Dersom det har vært utsolgt på nett	19.02.2016 17:24
50	Hvis jeg ønsker å prøve. Er mye styrt med å sende tilbake og bytte plagg kjøpt i nettbutikk.	19.02.2016 16:31
51	Om det må prøves	19.02.2016 13:35
52	Inspirasjon	19.02.2016 13:05
53	Kanskje billigere evt. Vil se varen fysisk og kjenne på kvaliteten. Dette gjelder ofte barneklær / utskær til barna	19.02.2016 13:04
54	Enklere, fordi da kan jeg prøve klærne først b	19.02.2016 12:57
55	Fordi jeg vil prøve klærne før jeg kjøper	19.02.2016 12:56
56	Har muligheten til å prøve det	19.02.2016 12:52
57	Kan finne ting jeg liker på nett, spør etter dem i butikken og finne ut om plagget kler og/eller passer meg.	19.02.2016 12:51
58	Tilgjengelighet, og du slipper å betale for frakt	19.02.2016 12:51
59	Fordi det er enklere, og eg sluttar lokale butikkar	19.02.2016 12:45
60	For vil prøve dn og impulsiv kjøp	19.02.2016 12:31
61	Fordi å få prøve	19.02.2016 12:29
62	Ventetid på leveranse	19.02.2016 12:24
63	Før prøvd	19.02.2016 12:22
64	Kanskje det er billigere(ingen frakt å betale) og du får det med en gang.	19.02.2016 12:20
65	Får prøve de	19.02.2016 12:07
66	Ja, vis jeg absolutt må prøve produktet og det er lett tilgjengelig i butikken.	19.02.2016 12:05
67	Får prøve klærne i butikk.	19.02.2016 11:52
68	For å kunne prøve størrelsen	19.02.2016 11:40
69	Ja, dersom jeg trenger varen med en gang.	19.02.2016 11:24

70	For å være sikker på det passer	19.02.2016 09:42
71	Mulighet til å prøve	19.02.2016 09:21
72	fordi jeg ville prøve klærne	19.02.2016 05:21
73	Prøvd dem på.)	19.02.2016 04:46
74	Inspirasjon	19.02.2016 02:39
75	Fordi då har eg moglegheit til å prøve plagget, og eg slepp å betale frakttoll	19.02.2016 00:47
76	Man kan kjøpe det med en gang og slipper å vente.	19.02.2016 00:45
77	Fordi jeg hadde sett noe lignende i butikk som da kunne skaffes på kortest mulig tid.	19.02.2016 00:42
78	Ønsker plagget fortare	18.02.2016 23:46
79	Inspirasjon	18.02.2016 23:21
80	For å prøve	18.02.2016 23:20
81	Inspirent	18.02.2016 23:10
82	Er det tilgjengelig, så er det fint å få prøvd klærne.	18.02.2016 22:50
83	Enklere å få prøvd plagget	18.02.2016 22:36
84	Får prøve klærne	18.02.2016 22:36
85	Fordi jeg kan prøve de, og om de har samme pris.	18.02.2016 22:29
86	Får kjenne å plagget, prøve det og kjenner på stoffet/kvaliteten	18.02.2016 22:25
87	Om det er bedre tilbud i fysisk butikk. Sjelden da..	18.02.2016 22:21
88	Prøve først	18.02.2016 22:13
89	Trenger det nå.	18.02.2016 22:08
90	Fordi jeg så noe jeg likte.	18.02.2016 22:05
91	Hvis jeg f.eks trenger produktet veldig kjøpt.	18.02.2016 22:03
92	Prøve klærne	18.02.2016 22:00
93	Om jeg er usikker på størrelsen kan jeg prøve klærne i butikken	18.02.2016 21:57
94	da får jeg prøvd dem	18.02.2016 21:43
95	Inspirent.	18.02.2016 21:32
96	Ja dersom jeg får anledning til å prøve dem i butikk	18.02.2016 21:30
97	Evt. alternativer størrelser	18.02.2016 20:44
98	Sjekk kvaliteten	18.02.2016 20:33
99	For å prøve	18.02.2016 20:31
100	du får produktet med en gang, og slipper å betale frakt.	18.02.2016 20:21
101	Muligheten til å prøve klærne, slipper frakt, måtte returnere varen dersom den ikke passer. Slipper å vente.	18.02.2016 20:07
102	For å prøve klærne.	18.02.2016 20:02
103	Slipper lang leveringstid	18.02.2016 19:50
104	Vil ha det med en gang	18.02.2016 19:48
105	Fordi de er fæe	18.02.2016 19:07
106	Kun hvis nettbutikken var utsolgt eller ikke gratis frakt	18.02.2016 18:44
107	prøve str	18.02.2016 18:35
108	Man vet hva man får i en fysisk butikk	18.02.2016 18:21
109	Kan prøves	18.02.2016 18:12
110	Får prøve det først	18.02.2016 18:11

Fortsetter...

111	Liker å prøve, og å se/kjenne på kvaliteten. Ser etter innsjø i nettbuikk først.	18.02.2016 18:08
112	Kan få varen med en gang.	18.02.2016 17:49
113	Ønske om å prøve plagget	18.02.2016 17:18
114	For å prøve og se/kjenne på stoffkvalitet	18.02.2016 17:02
115	Fordi det er billigere i nettbuikk enn fysisk butikk	18.02.2016 16:56
116	For å kunne prøve dem på	18.02.2016 16:43
117	fordi da får jeg prøve plagget.	18.02.2016 16:32
118	usikker på størrelsen. dersom lik pris.	18.02.2016 16:25
119	Mulighet til å prøve plaggene	18.02.2016 16:19
120	Mulighet til å prøve klærne	18.02.2016 16:18
121	Får prøve	18.02.2016 16:12
122	Fordi og får have til å prøve klæde	18.02.2016 16:06
123	Får prøvd varen. Får den raskere.	18.02.2016 16:04
124	Hvis jeg må prøve plagget for å finne rett størrelse/passform	18.02.2016 15:46
125	Liker å kjøpe klær i fysisk butikk. Liker også å støtte lokahandel.	18.02.2016 15:45
126	Fordi jeg har lyst å prøve dem.	18.02.2016 15:43
127	får dem fortare	18.02.2016 15:39
128	For dyr shipping	18.02.2016 15:23
129	Hvis jeg trenger klesplagget umiddelbart og ikke kan vente på posten	18.02.2016 15:22
130	Fordi da får man prøvd plagget	18.02.2016 15:21
131	Vil prøve	18.02.2016 15:19
132	For da har jeg mulighet til å prøve og vurdere	18.02.2016 15:12
133	Bare vise jeg ønsker plagget raskere	18.02.2016 15:01
134	Fordi jeg vil ha mulighet til å prøve plagget før jeg kjøper det.	18.02.2016 14:58
135	Kan prøve antrekket	18.02.2016 14:57
136	usikker på passform	18.02.2016 14:55
137	For å være sikker på størrelsen.	18.02.2016 14:49
138	Som regel om str ikke er tilgjengelig på nettbuikk vil jeg ta turen til fysisk butikk for å se om str er der.	18.02.2016 14:46
139	Pris	18.02.2016 14:39
140	For å prøve	18.02.2016 14:33
141	Billigere	18.02.2016 14:29
142	Vil ha det med en gang	18.02.2016 14:28
143	Sitt ofte å blir på nettet, men vil ikke bestille for da handla e/ for masse.	18.02.2016 14:28
144	Fant den dyrere på nettet, var eventuelt billigere i fysisk butikk	18.02.2016 14:28
145	Hvis størrelsen er utsolgt i nettbuikk eller hvis jeg trenger det samme dag.	18.02.2016 14:25
146	For å prøve plagget på	18.02.2016 14:20
147	Fordi da har jeg muligheten til å prøve de	18.02.2016 14:13
148	Mulighet til å prøve	18.02.2016 14:11
149	Pris, får prøve på klærne	18.02.2016 14:10
150	Fordi i en fysisk butikk kan jeg prøve klærne	18.02.2016 14:08
151	må prøve	18.02.2016 14:06
152	Stylingen bra på nett	18.02.2016 14:04
153	Man kan få plagget der og da	18.02.2016 14:02
154	Størrelse	18.02.2016 14:02
155	Får prøvd varen og dermed sett om den klesplagget passer meg	18.02.2016 13:56
156	For å prøve dem på	18.02.2016 13:53
157	for de ikke hadde størrelsen	18.02.2016 13:53
158	Vil prøve klærne	18.02.2016 13:50
159	Får det med en gang	18.02.2016 13:50
160	.	18.02.2016 13:48
161	med tanke på frakt	18.02.2016 13:47
162	Mulighet til å prøve klærne	18.02.2016 13:47
163	Fordi da får jeg prøve de på.	18.02.2016 13:43
164	fordi jeg vil prøve dem	18.02.2016 13:41
165	Kan prøve	18.02.2016 13:36
166	Mulighet for å prøve plagget på	18.02.2016 13:35
167	Har kanskje lagt deb til handlekurven på nett, men ender opp med å kjøpe i butikk hvis den er tilgjengelig der	18.02.2016 13:34
168	Hvis jeg vet de har til samme pris i en fysisk butikk så kjøper jeg det der. Hvis ikke kjøper jeg det på nett.	18.02.2016 13:32
169	Om det ikke er produktomtaler på størrelse, så vil man unngå bomkjøp og retur pga liten i størrelse etc.	18.02.2016 13:31
170	Får klærne fortare.	18.02.2016 13:28
171	Får prøvd det! Og får de med engang istede for å vente en uke.	18.02.2016 13:20
172	For da kan jeg prøve de på	18.02.2016 13:20
173	Ja, for å få prøvd klærne	18.02.2016 13:19
174	For da har man fått prøvd klærne og evt skjepe frakt kostnader	18.02.2016 13:19
175	Enklere evt reklamasjon	18.02.2016 13:19
176	Tenker meg litt om før jeg kjøper, pluss da får jeg prøvd klærne på	18.02.2016 13:14
177	Får klærne der og da	18.02.2016 13:14
178	For å sjekke kvalitet	18.02.2016 13:11
179	Prisen var bedre	18.02.2016 13:08
180	Trenger det raskt	18.02.2016 13:02
181	raskere tilgang i forhold til pris	18.02.2016 13:00
182	For å ha mulighet til å prøve klærne	18.02.2016 12:59
183	da får man klærne med en gang	18.02.2016 12:59
184	Fordi da får jeg prøve de	18.02.2016 12:55
185	Kan prøve klærne	18.02.2016 12:54
186	Søbespenende å vite hva man vil ha	18.02.2016 12:52
187	Fordi de ser bra ut	18.02.2016 12:07
188	Vil se hvordan de sitter på kroppen	18.02.2016 07:23
189	Fordi jeg ønsker å få klærne fortast mulig.	18.02.2016 00:09
190	(For) lang leveringsid på nett, stress å gå på posten	17.02.2016 20:45
191	Vil prøve det på	17.02.2016 19:31
192	Ja, om jeg trenger varen snarest.	17.02.2016 18:16

193	Fordi jeg liker å prøve på klærne	17.02.2016 18:35
194	Jeg vil gjerne se på kvalitet. Av og tid bildet lyver.	17.02.2016 18:20
195	Hvis jeg ønsker å prøve plagget, eller ser det i butikk og kjøper det på impuls.	17.02.2016 18:14
196	Ville prøve klærne.	17.02.2016 17:55
197	Av og til. Til å sjekke om det passer eller det er bedre priser.	17.02.2016 17:49
198	Kan prøve dem	17.02.2016 17:16
199	Om bedre pris	17.02.2016 17:13
200	For jeg får prøvd det på.	17.02.2016 16:28
201	Jeg har sett utvalget på nett, men må ha klærne nå.	17.02.2016 16:20
202	Hvis jeg trenger noe med en gang	17.02.2016 16:12
203	Nysgjerrig	17.02.2016 15:59
204	Fordi du får det der, og da og du kan prøve plagget.	17.02.2016 15:12
205	Om jeg har sett på nettsiden til en fysisk butikk og finner noe jeg har likt så har jeg gått til den fysiske butikken for å kjøpe det.	17.02.2016 15:00
206	Sjekk passform	17.02.2016 14:41
207	Av og til har man ikke tid til å vente på at klærne skal sendes med posten	17.02.2016 14:36
208	ville prøve klærne på før jeg kjøpte de.	17.02.2016 14:23
209	Usikker på passformen	17.02.2016 14:23
210	Inspirasjon	17.02.2016 13:51
211	Ja, for jeg får prøve de.	17.02.2016 13:40
212	Fordi da får jeg klærne med en gang.	17.02.2016 13:39
213	Fordi da får jeg prøvd dem først, og de var utsolgt i nettbuikken	17.02.2016 13:31
214	Hvis den er tilgjengelig. Slipper fraktkostnad.	17.02.2016 13:19
215	Fordi jeg vil prøve og se om plagget passer meg. Orker ikke stresset med å kjøpe noe på nett, også passer det ikke så jeg må sende det tilbake.	17.02.2016 13:10
216	Ja, pga størrelse	17.02.2016 12:49
217	Starte opp om fysiske butikker	17.02.2016 12:49
218	På grunn av at jeg får prøvd plagget.	17.02.2016 12:41
219	Fordi jeg får prøve klærne	17.02.2016 12:23
220	Hvis jeg vil prøve, ja.	17.02.2016 12:23
221	Trenger å prøve dem	17.02.2016 12:20
222	Fordi man slipper leveringsid.	17.02.2016 12:12
223	For å se om det er fint i virkeligheten	17.02.2016 12:05
224	Usikker på størrelse	17.02.2016 11:59
225	Må prøvebilligere	17.02.2016 11:56
226	Fordi da får jeg klærne raskere.	17.02.2016 11:53
227	Vil prøve det	17.02.2016 11:45
228	Vil ikke	17.02.2016 11:44
229	Vil ha det med en gang	17.02.2016 11:40
230	Tyskisk på hm. Ser i nettbuikk først for å planlegge/innsjø	17.02.2016 11:37
231	For å få prøvd klærne før man kjøper	17.02.2016 11:29
232	Kan prøve på klærne i fysisk butikk	17.02.2016 11:29
233	Jeg får det fortare	17.02.2016 11:22
234	Om de ikke har min størrelse på nettet, men i butikk.	17.02.2016 11:15
235	Da vil det ofte være impulskjøp.	17.02.2016 11:10
236	For å få riktig størrelse med en gang	17.02.2016 11:10
237	Hadde str	17.02.2016 11:05
238	Får den med en gang. Trenger ikke vente på posten	17.02.2016 10:52
239	Hvis jeg finner noe som ligner	17.02.2016 10:50
240	Usikker på str	17.02.2016 10:49
241	Om det er fraktkostnad på nettbuikken er det rimligere å handle i fysisk butikk	17.02.2016 10:48
242	Fordi jeg vil ha de raskere	17.02.2016 10:48
243	Kun hvis nettbuikken ikke har riktig størrelse	17.02.2016 10:36

Svar fra ”Nei, hvorfor ikke?” (Spm. 13):

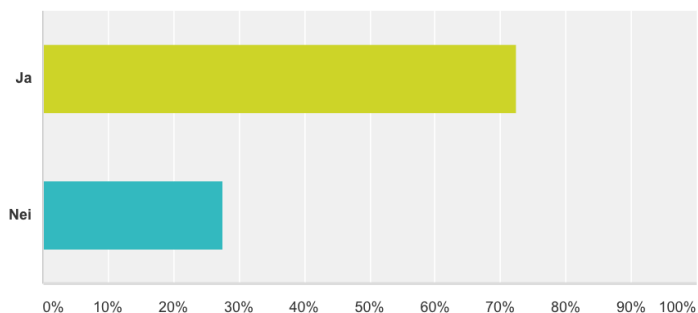
#	Nei, hvorfor ikke?	Dato
1	dfghj	25.02.2016 02:12
2	Billigere på nett	24.02.2016 22:48
3	Nei,	24.02.2016 21:57
4	ofte dyrere	24.02.2016 12:10
5	Vet ikke	23.02.2016 23:11
6	Har aldri gjort det	23.02.2016 09:50
7	Ikke tid til begge to	23.02.2016 01:18
8	Nei	22.02.2016 22:42
9	Vet ikke	22.02.2016 22:15
10	Kjøper de bare på nettet da	22.02.2016 22:06
11	Gidder ikke ta meg tid til det	22.02.2016 21:44
12	Derfor	22.02.2016 20:15
13	nei	22.02.2016 20:12
14	Har ikke funnet de samme klærne i vanlig butikk	22.02.2016 20:08
15	det er tidskrevende og dra til en fysisk butikk	22.02.2016 19:58
16	Ser somregelun på klær jeg ikke finner i butikken	22.02.2016 01:15
17	Har ikke de samme klærne	20.02.2016 20:20
18	For di og bur på bygda	20.02.2016 17:36
19	Som regel impulsjøp	20.02.2016 16:15
20	Pris	20.02.2016 09:49
21	Handler aldri i nettbutikk	19.02.2016 22:57
22	Det jeg vet jeg kan finne i butikken, ser jeg ikke etter varen på nettet.	19.02.2016 22:42
23	Har ikke tid til så mye frem og tilbake	19.02.2016 21:40
24	Hater shopping, for mye folk	19.02.2016 15:28
25	-	19.02.2016 15:16
26	Ser sjelden på nettbutikker.	19.02.2016 13:43
27	fordi utvalg av str og pris er dårligere	19.02.2016 13:43
28	Da hadde len klær da nå nett	19.02.2016 11:01
29	Liker å prøve klær før jeg kjøper det	19.02.2016 09:34
30	Som før beskrevet.	19.02.2016 07:50
31	ser sjelden på en nettbutikk..	19.02.2016 03:35
32	Har ikke kompt på det	19.02.2016 00:11
33	ikke behov	18.02.2016 23:45
34	Fordi jeg i nettbutikken får alt jeg ønsker, jeg får produktet, slipper travle selgere, og har stort sett returret uansett.	18.02.2016 23:33
35	Fordi	18.02.2016 23:29
36	Ser ikke på nettbutikker	18.02.2016 23:08
37	Fordi det som regel er billigere på nett, så da kan jeg like gjerne handle der med en gang	18.02.2016 23:05
38	Er veldig sjelden inn p titter på nettbutikker.	18.02.2016 22:46
39	Tungvint	18.02.2016 22:18
40	De fins ikke i norske butikker	18.02.2016 21:44
41	Ser mest på nettbutikker som vi ikke har i området.	18.02.2016 20:39
42	Har ikke vært borti det tilfellet	18.02.2016 19:58
43	Hvis jeg ser noe jeg har lyst på/ trenger, på nett, så kjøper jeg det med en gang.	18.02.2016 19:22
44	Vet ikke.	18.02.2016 19:08
45	Nei ?	18.02.2016 18:58
46	Ser aldri i nettbutikk dersom jeg vet jeg skal på butikken og handle	18.02.2016 17:46
47	ikt svar som over	18.02.2016 17:18
48	Det har heller ikke skjedd	18.02.2016 16:58
49	Ser bare på nettbutikker som har andre varer en fysiske butikker	18.02.2016 16:36
50	Ekstra arbeidstid	18.02.2016 15:58
51	Nei	18.02.2016 15:09
52	Kan handle på nettbutikken	18.02.2016 15:08
53	Aldri skjedd	18.02.2016 15:04
54	to forskjellige handlelister mellom nett og fysisk butikk	18.02.2016 14:56
55	Fordi jeg handle spontant.	18.02.2016 14:48
56	Ingen grunn	18.02.2016 14:22
57	Hvorfor	18.02.2016 14:16
58	Liker ikke å gå i butikker	18.02.2016 14:12
59	da bestiller jeg heller på nett	18.02.2016 14:02
60	Vet ikke	18.02.2016 13:38
61	Pga dårlig utvalg	18.02.2016 13:36
62	Dyrere	18.02.2016 13:35
63	Har ikke funnet samme klærne	18.02.2016 13:24
64	hvis jeg må ha plagget raskt	18.02.2016 13:21
65	Fordi jeg som regel aldri kikker i nettbutikken uten å vite hva jeg vil ha og trenger, så jeg kjøper det der og da.	18.02.2016 13:21
66	Kjøper ikke så ofte klær på nettet, utenom kjoler til julnyttår oev.	18.02.2016 13:08
67	Orker ikke lete så mye i butikker	18.02.2016 13:07
68	Nei	18.02.2016 13:02
69	Surfer ita	18.02.2016 12:59

70	Kjøper heller i nettbutikken	18.02.2016 12:54
71	Ikke så oppstatt av klær	17.02.2016 20:51
72	Like greit å bestille med en gang hvis jeg kan vente på levering	17.02.2016 20:45
73	Bare det	17.02.2016 18:55
74	Nei	17.02.2016 18:50
75	Nei, kjøpi de på nett om det er der jeg har sett klærne	17.02.2016 18:22
76	Ingen grunn	17.02.2016 18:18
77	Pris, tidbruk	17.02.2016 18:11
78	Handler det jeg finner, når jeg finner det uavhengig av om det er på nett eller fysisk butikk.	17.02.2016 17:50
79	Kjøper produktet bare på nett	17.02.2016 17:11
80	Ser ikke mye på nettbutikker	17.02.2016 14:51
81	Sjelden	17.02.2016 14:02
82	Bestiller det heller hjem	17.02.2016 13:01
83	?	17.02.2016 12:59
84	Nei.	17.02.2016 12:46
85	Inspirasjon	17.02.2016 12:43
86	Vet ikke	17.02.2016 12:42
87	Det er dyrere å kjøpe klær i en fysisk butikk.	17.02.2016 12:25
88	Trives bedre med å handle på nett	17.02.2016 11:52
89	Lettere å handle på nettet enn å måtte reise i en fysisk butikk.	17.02.2016 11:45
90	Kjøper der og da	17.02.2016 11:36
91	Vet ikke	17.02.2016 10:51
92	Bedre i nettbutikk	17.02.2016 10:46

Spørsmål 14
(Inkludert i
resultatkapittelet)

Når du vurderer å handle klær i en nettbbutikk, sammenligner du priser med andre nettbutikker?

Besvart: 382 Hoppet over: 95

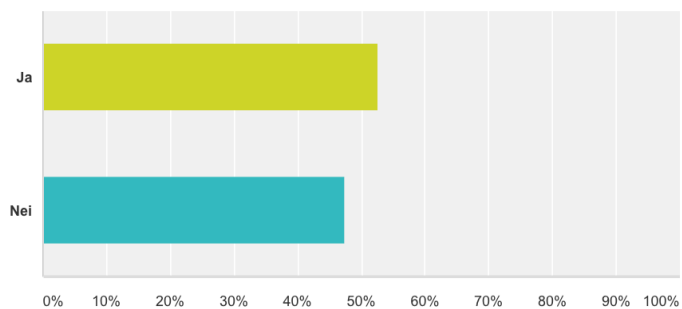


Svarvalg	Svar
Ja	72,51% 277
Nei	27,49% 105
Totalt	382

Spørsmål 15
(Inkludert i
resultatkapittelet)

Når du vurderer å handle klær i en fysisk butikk, sammenligner du priser med andre fysiske butikker?

Besvart: 389 Hoppet over: 88

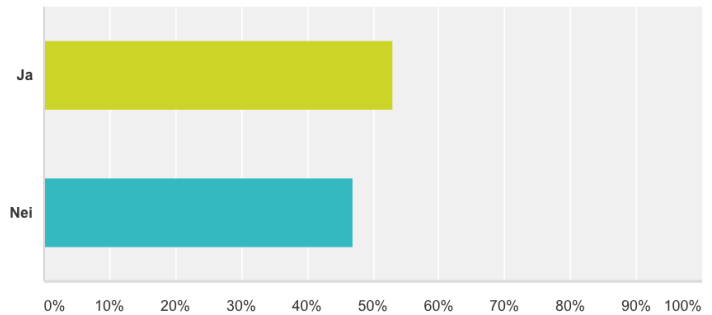


Svarvalg	Svar
Ja	52,70% 205
Nei	47,30% 184
Totalt	389

Spørsmål 16
(Inkludert i
resultatkapittelet)

Når du vurderer å handle klær i en nettbbutikk, sammenligner du kvalitet/tilgjengelig informasjon med lignende klesplagg fra andre nettbutikker?

Besvart: 384 Hoppet over: 93

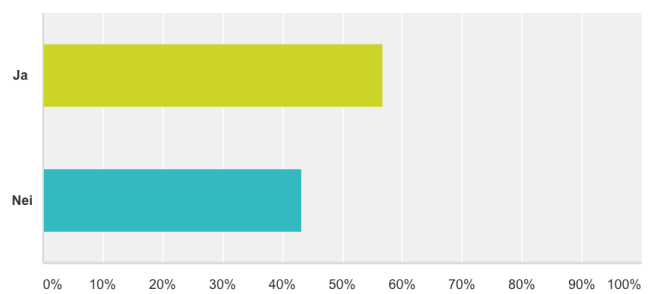


Svarvalg	Svar
Ja	53,13% 204
Nei	46,88% 180
Totalt	384

Spørsmål 17
(Inkludert i resultatkapittelet)

Når du vurderer å handle klær i en fysisk butikk, sammenligner du kvalitet på klesplagget med lignende klesplagg fra andre fysiske butikker?

Besvart: 388 Hoppet over: 89

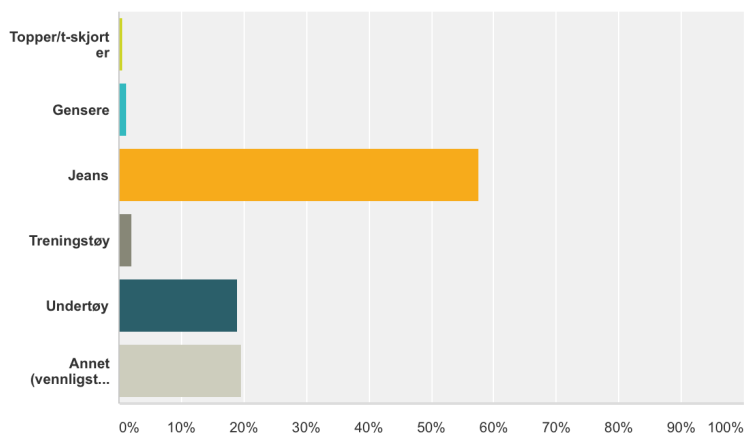


Svarvalg	Svar
Ja	56,70% 220
Nei	43,30% 168
Totalt	388

Er det visse klesplagg du aldri ville kjøpt i nettbutikker?

Spørsmål 18

Besvart: 342 Hoppet over: 135



Svarvalg	Svar
Topper/t-skjorter	0,58% 2
Gensere	1,17% 4
Jeans	57,60% 197
Treningstøy	2,05% 7
Undertøy	19,01% 65
Annet (vennligst spesifiser) Svar	19,59% 67
Totalt	342

Svar på "Annet" (Spm. 18):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	Vanskelig med størrelser på bukser	24.02.2016 22:48
2	låper	24.02.2016 12:10
3	Alt jeg ikke har prøvd før	23.02.2016 21:31
4	Nei	23.02.2016 14:52
5	Nei	22.02.2016 22:06
6	Ville egentlig kjøpt alt på nett. Ingenting jeg utelukker	22.02.2016 20:48
7	Nei	22.02.2016 20:42
8	dress	22.02.2016 19:58
9	Jakker, sko, undertøy	20.02.2016 16:15
10	Nei	19.02.2016 22:42
11	Nei	19.02.2016 17:24
12	Bh	19.02.2016 13:35
13	Jeans må prøves	19.02.2016 12:52
14	Nei	19.02.2016 12:51
15	Nei	19.02.2016 11:52
16	Sko	19.02.2016 11:40
17	Bh	19.02.2016 07:50
18	handler ikke klar på nett...	19.02.2016 03:35
19	Nei, kan kjøpe det meste så lenge det er returnert på det.	18.02.2016 23:33
20	Ingen begrensning	18.02.2016 22:36
21	Kommer ann på situasjonen.	18.02.2016 22:29
22	Ingen, frykte feil og kunne ikke fjerne	18.02.2016 22:13
23	Jeg har store pupper. Bør prøves først.	18.02.2016 22:05
24	Sko, viser seg at jeg alltid bommer på størrelse.	18.02.2016 22:03
25	Kjoler	18.02.2016 21:42
26	Ingenting.	18.02.2016 20:39
27	Nei	18.02.2016 20:33
28	nei, men kjøper ikke smykke på nettet.	18.02.2016 20:21
29	Dildo. Størrelsen kan tyve på bilder	18.02.2016 20:00
30	Nei	18.02.2016 19:22
31	Sokker	18.02.2016 18:58
32	nei	18.02.2016 18:35
33	Nei, har kjøpt alle typer klesplagg i nettbutikk	18.02.2016 17:18
34	nei	18.02.2016 17:18
35	Nei	18.02.2016 16:58
36	Nei	18.02.2016 16:36
37	bh	18.02.2016 16:25
38	Nei	18.02.2016 15:19
39	Nei	18.02.2016 15:09
40	Generelt bukser... Vanskelige greier...	18.02.2016 15:04
41	Sko. Må prøve for å kjenne de på og om de er gode å gå med	18.02.2016 15:01
42	sko	18.02.2016 14:56
43	har kjøpt alt over på nett	18.02.2016 14:55
44	Ingenting	18.02.2016 14:46
45	smykke	18.02.2016 14:39
46	Jakker	18.02.2016 14:28
47	Jeans og undertøy	18.02.2016 13:50
48	bh og jeans	18.02.2016 13:50
49	Kan kjøpe alt	18.02.2016 13:35
50	skjorter fordi slikt må sitte riktig, og det er vanskelig å bedømme fra skjorte til skjorte.	18.02.2016 13:21
51	Bodre å sjekke kvalitet i fysisk butikk	18.02.2016 13:11
52	Kjøper det jeg liker og ser bra ut.	18.02.2016 12:07

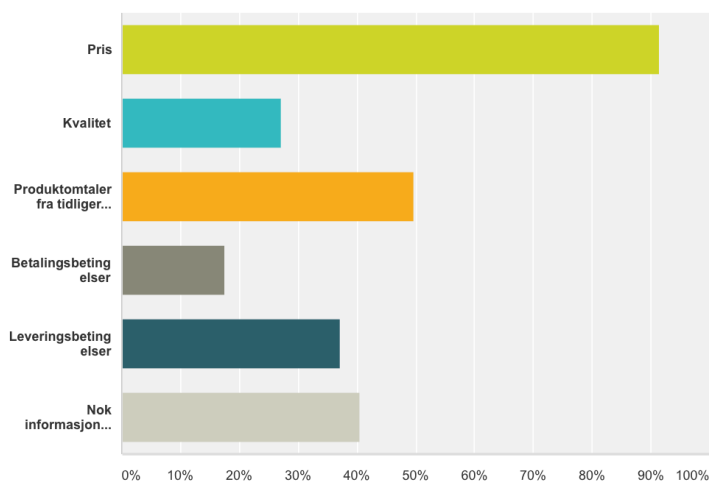
53	Sko	17.02.2016 18:14
54	Kjole	17.02.2016 18:11
55	Nei	17.02.2016 17:50
56	Sko, festkjoler.	17.02.2016 17:49
57	Nei	17.02.2016 17:13
58	Nei	17.02.2016 15:58
59	Nei	17.02.2016 14:23
60	Kan kjøpe alt!	17.02.2016 13:31
61	Nei	17.02.2016 13:01
62	Gulser ofte og låper på det passer.	17.02.2016 12:46
63	Ingenting	17.02.2016 11:52
64	Bikini badetøy	17.02.2016 11:19
65	Kjøper stortsett alt i nettbutikker.	17.02.2016 11:15
66	Vet ikke	17.02.2016 11:10
67	Ingen spesielle plagg	17.02.2016 11:10

Spørsmål 19

(Inkludert i resultatkapittelet)

Hva får deg til å ta en beslutning om kjøp av klær i en nettbutikk? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 371 Hoppet over: 106



Svarvalg	Svar
Pris	91,37% 339
Kvalitet	27,22% 101
Produktomtaler fra tidligere kunder	49,60% 184
Betalingsbetingelser	17,52% 65
Leveringsbetingelser	37,20% 138
Nok informasjon tilgjengelig om produktet	40,43% 150

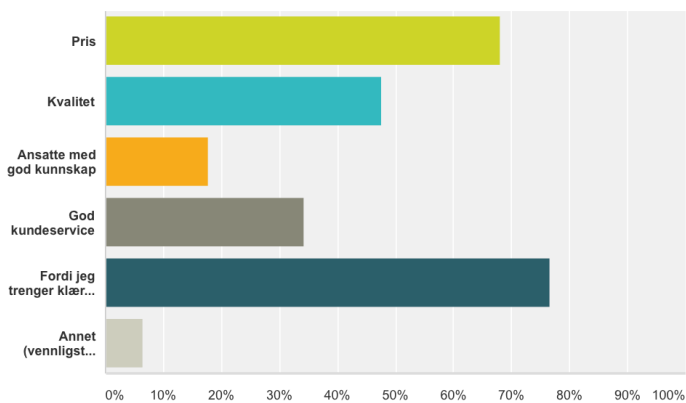
Totalt antall respondenter: 371

Spørsmål 20

(Inkludert i resultatkapittelet)

Hva får deg til å ta en beslutning om kjøp av klær i en fysisk butikk? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 376 Hoppet over: 101



Svarvalg	Svar
Pris	68,09% 256
Kvalitet	47,61% 179
Ansatte med god kunnskap	17,82% 67
God kundeservice	34,31% 129
Fordi jeg trenger klærne der og da	76,60% 288
Annet (vennligst spesifiser)	Svar 6,38% 24

Totalt antall respondenter: 376

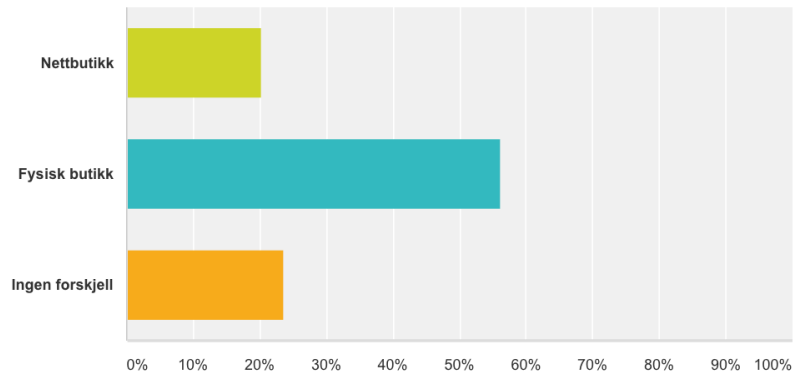
Svar på "Annet" (Spm. 20):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	Mulighet til å prøve dem fysisk, også sammen med andre plagg fra butikken som jeg tenker vil passe godt med plagget.	27.02.2016 15:49
2	"kjøpspress"	23.02.2016 21:32
3	Har lyst på noe nytt der og da	22.02.2016 01:18
4	Mulighet for å prøve plagget med det samme	21.02.2016 20:28
5	Får prøve klærne	19.02.2016 22:58
6	Fine og passer	19.02.2016 21:12
7	Jeg ser at klærne passer	19.02.2016 00:11
8	At jeg får gå i fred, velge ting selv, og ikke blir forsøkt solgt irrelevante ting til når jeg kommer til kassen.	18.02.2016 23:35
9	Får prøvd klærne og om jeg da liker de, kjøper jeg det.	18.02.2016 20:40
10	Får prøve de før kjøp	18.02.2016 19:59
11	tilbud	18.02.2016 16:26
12	Kan prøve klærne	18.02.2016 16:19
13	fordi jeg har lyst på plagget	18.02.2016 14:57
14	X	18.02.2016 14:55
15	Salg	18.02.2016 14:16
16	Hvis klærne er fine på meg	18.02.2016 14:09
17	Får prøvd på klærne	18.02.2016 14:04
18	Få prøve klærne	18.02.2016 13:52
19	Mulighet til å prøve	18.02.2016 13:48
20	Mulighet til å prøve/passformen avgjør	18.02.2016 13:36
21	Har muligheten til å se om klærne sitter fint på	18.02.2016 13:10
22	Prøving av klærne	17.02.2016 12:23
23	At man får prøve det først.	17.02.2016 12:13
24	Passform og unikhet	17.02.2016 11:28

Spørsmål 21 (Inkludert i resultatkapittelet)

Vil du si at du tar en raskere kjøpsbeslutning i...

Besvart: 376 Hoppet over: 101

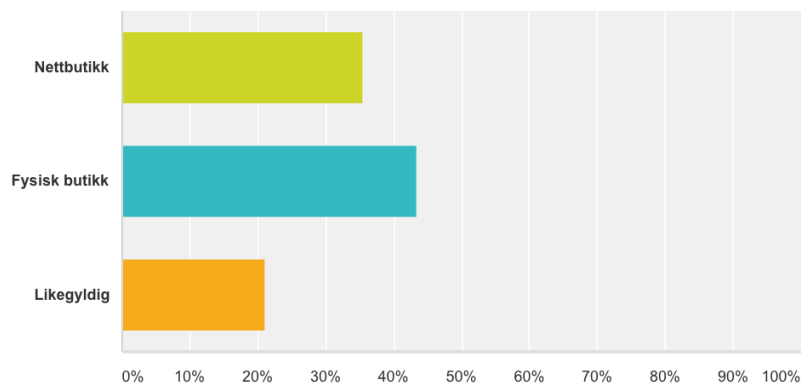


Svarvalg	Svar
Nettbutikk	20,21% 76
Fysisk butikk	56,12% 211
Ingen forskjell	23,67% 89
Totalt	376

Spørsmål 22

Hvor synes du det er lettest å handle?

Besvart: 375 Hoppet over: 102

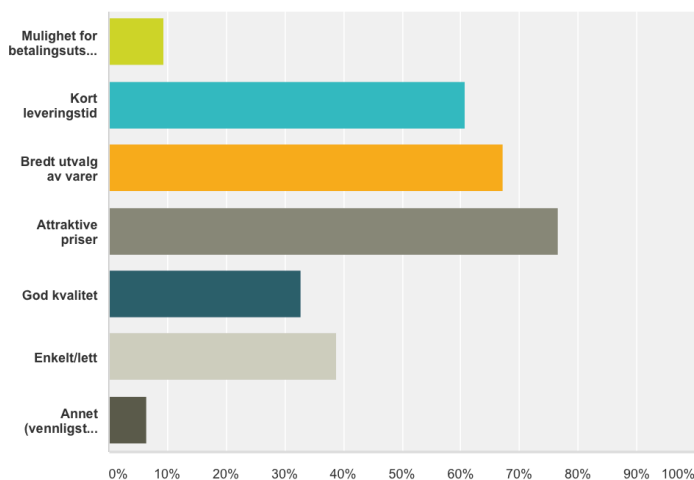


Svarvalg	Svar
Nettbutikk	35,47% 133
Fysisk butikk	43,47% 163
Likegyldig	21,07% 79
Totalt	375

Spørsmål 23
(Inkludert i resultatkapittelet)

Hva skal til for at du velger å kjøpe klær i en nettbutikk gjentatte ganger? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 365 Hoppet over: 112



Svarvalg	Svar
▼ Mulighet for betalingsutsettelse	9,32% 34
▼ Kort leveringstid	60,82% 222
▼ Bredt utvalg av varer	67,12% 245
▼ Attraktive priser	76,71% 280
▼ God kvalitet	32,88% 120
▼ Enkelt/lett	38,90% 142
▼ Annet (vennligst spesifiser)	Svar 6,58% 24

Totalt antall respondenter: 365

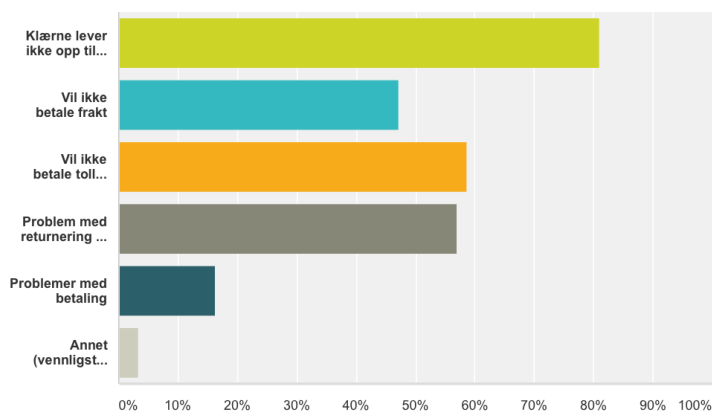
Svar på ”Annet” (Spm. 23):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	Gode returordninger om det ikke skulle passe.	27.02.2016 15:50
2	Gratis retur	23.02.2016 14:54
3	Fine klær	22.02.2016 21:15
4	Lettvint og gratis returpolicy	22.02.2016 01:21
5	Fri frakt og retur	19.02.2016 22:48
6	Man kan som regel levere tilbake gratis	19.02.2016 15:29
7	Fri frakt	19.02.2016 11:57
8	Slipper mersalg.	18.02.2016 23:37
9	Kjøper ikke klær på nettbutikk	18.02.2016 22:07
10	Fri frakt og fri retur!	18.02.2016 19:23
11	Da vet jeg hvordan størrelsene er	18.02.2016 16:21
12	Gratis frakt	18.02.2016 15:25
13	Kikke i fred og ro	18.02.2016 15:05
14	Ingen fraktkostnad	18.02.2016 14:48
15	Enkel retur	18.02.2016 14:12
16	Klær i str xxl som ser bra ut	18.02.2016 13:19
17	At jeg kjenner produktene fra før.	18.02.2016 13:01
18	Fri frakt og retur	18.02.2016 00:11
19	God informasjon om produkter for eksempel: stoff, størrelse, vasking grader, bilder (det er bedre hvis det er en person som bruke klær, man kan ser proporsjoner, etc).	17.02.2016 17:56
20	Rabatt	17.02.2016 17:19
21	Større størrelser (f.eks Asos)	17.02.2016 14:43
22	Angrerett regler. Forbrukerbetingelser.	17.02.2016 13:23
23	Gode returordninger	17.02.2016 13:04
24	Om klærne jeg har handlet tidligere har god passform	17.02.2016 11:32

Spørsmål 24

Hva får deg til IKKE å ville kjøpe klær i en nettbutikk gjentatte ganger? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 363 Hoppet over: 114



Svarvalg	Svar	
▼ Klærne lever ikke opp til forventningene gjentatte ganger	80,99%	294
▼ Vil ikke betale frakt	47,11%	171
▼ Vil ikke betale toll (utenlandske nettbutikker)	58,68%	213
▼ Problem med returnering av varer	57,02%	207
▼ Problemer med betaling	16,25%	59
▼ Annet (vennligst spesifiser)	Svar 3,31%	12
Totalt antall respondenter: 363		

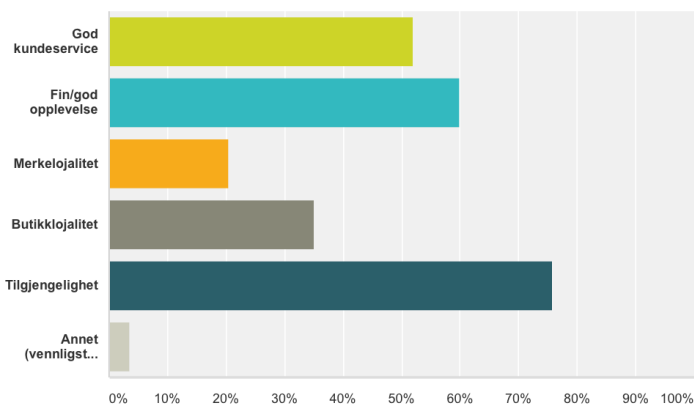
Svar på "Annet" (Spm. 24):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	Usikker på størrelse	22.02.2016 22:49
2	Størrelser som ikke passer forstore.	20.02.2016 09:29
3	At klærne ikke passer pga passform	19.02.2016 00:13
4	risikerer at plagget ikke passer	18.02.2016 17:48
5	mottar ikke varen	18.02.2016 14:59
6	Ønsker å prøve plaggene på	18.02.2016 13:36
7	Lang leveringstid	18.02.2016 13:10
8	Dårlig utvalg	17.02.2016 20:48
9	Får ikkje prøvd på eller teste produktet	17.02.2016 18:38
10	Probleme med noe.	17.02.2016 17:56
11	det kan skje at plagg ser bedre ut på nett enn i virkeligheten, både farge, stoff og fasong.	17.02.2016 14:26
12	Tar ofte for lang tid med levering	17.02.2016 10:50

Spørsmål 25
(Inkludert i resultatkapittelet)

Hva skal til for at du velger å kjøpe klær i en fysisk butikk gjentatte ganger? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 367 Hoppet over: 110



Svarvalg	Svar
God kundeservice	52,04% 191
Fin/god opplevelse	59,95% 220
Merkeloyalitet	20,44% 75
Butikkloyalitet	35,15% 129
Tilgjengelighet	75,75% 278
Annet (vennligst spesifiser)	Svar 3,54% 13

Totalt antall respondenter: 367

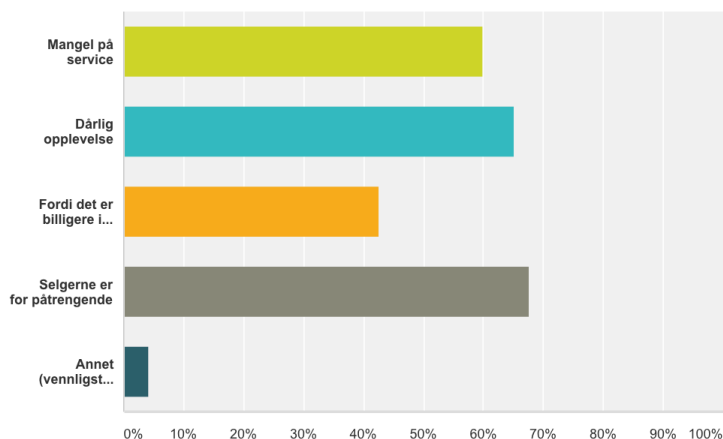
Svar på "Annet" (Spm. 25):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	kundefordeler/rabatt	23.02.2016 21:34
2	Klær som passer min kroppsform (stor hofte og rumpen, tynn mage)	22.02.2016 21:15
3	Pris	20.02.2016 20:22
4	Kan prøve på klærne og se om de passer min fasong.	19.02.2016 12:53
5	God kvalitet på klærne og at de har det jeg er ute etter/trenger	19.02.2016 11:57
6	Som tidligere nevnt, at jeg får gå i fred og ikke blir mersolgt til.	18.02.2016 23:37
7	rimelig pris og stil som passer meg	18.02.2016 17:48
8	Klærne som er der	18.02.2016 16:38
9	Butikkpersonalt lar med være ifred	18.02.2016 15:31
10	Godt utvalg	18.02.2016 15:06
11	Kvalitet	18.02.2016 14:04
12	Rabatt	17.02.2016 17:19
13	Passform	17.02.2016 11:32

Spørsmål 26

Hva får deg til IKKE å ville kjøpe klær i en fysisk butikk gjentatte ganger? (velg opptil 3 svaralternativer)

Besvart: 362 Hoppet over: 115



Svarvalg	Svar	Antall
Mangel på service	59,94%	217
Dårlig opplevelse	65,19%	236
Fordi det er billigere i nettbutikk	42,54%	154
Selgerne er for påtrengende	67,68%	245
Annet (vennligst spesifiser)	4,14%	15
Totalt antall respondenter: 362		

Svar på "Annet" (Spm. 26):

#	Annet (vennligst spesifiser)	Dato
1	Vanskelig å finne det du ser etter. Uoversiktlige butikker.	19.02.2016 11:42
2	Mersalg	18.02.2016 23:37
3	Ingenting.	18.02.2016 20:41
4	Hjelpsomme butikkansatte	18.02.2016 15:31
5	Gidder ikke bruke tid på og komme meg til butikken, enklere og få klærne hjem i postkassa.	18.02.2016 15:06
6	Hvis det er veldig rotete i butikken, sånn at man ikke klarer å finne rundt. Da er det lettere å handle og finne rundt i nettbutikk.	18.02.2016 14:11
7	For høy pris	18.02.2016 13:59
8	Mangel på størrelser,	18.02.2016 13:54
9	Om klærne får fort hull, dårlig kvalitet.	18.02.2016 13:33
10	Utsolgt i min størrelse ...	18.02.2016 13:19
11	Utsolgte varer	18.02.2016 12:09
12	Mas	17.02.2016 17:19
13	som regel bedre utvalg i nettbutikk.	17.02.2016 14:26
14	Dårlig kvalitet på klærne	17.02.2016 13:13
15	kvalitet	17.02.2016 12:50

Vedlegg 2

Intervjuguide

Bakgrunnsinformasjon

1. Hvor gammel er du?
2. Hvor bor du?

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var? Var det i en fysisk butikk eller nettbutikk?
4. Hvor ofte vil du si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?
5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?
 - Hvorfor/hvorfor ikke?
6. Hvilken av salgskanalene (nettbutikk/fysisk butikk) foretrekker du å handle klær fra?
7. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden?

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

8. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?
9. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?
10. Hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?
11. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær?
 - Er det en grunn for at akkurat disse påvirker deg?
12. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet?
 - Hvorfor/Hvorfor ikke?
 - Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk eller fysisk butikk? Hvorfor/hvorfor ikke?
13. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?
14. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle?
15. Ved ditt siste kjøp, sammenlignet du produktet med andre produkter fra andre nettbutikker/fysiske butikker?
 - Hvilke faktorer påvirket deg til å det endelige valget?
16. Hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper klærne i nettbutikk?

17. Tror du at hvis du hadde bodd i en mindre/større by/tettsted at andelen av kjøp av klær på nett/fysisk butikk hadde vært større?

18. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

- Hvorfor/hvorfor ikke?

19. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk?

- Hva er grunnene til det?

20. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager?

- Hvorfor/hvorfor ikke?

21. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene?

- Hvorfor/hvorfor ikke?

22. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

23. Hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

24. Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Avslutningsspørsmål

25. Hva skal til for at du vil handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato?

26. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk?

27. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd?

- Er det noe du kommer til å tenke på videre evt. Endre?

Vedlegg 3

Dybdeintervjuer

INFORMANT 1

Bakgrunnsinformasjon

1. Hvor gammel er du?

19 år

2. Hvor bor du?

Ålesund

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var, og om det var i en fysisk butikk eller nettbutikk?

Ææhm ja, en kjole i en fysisk butikk.

4. Hvor ofte vil du ca. si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

Kanskje en gang i måneden, om ikke sjeldnere.

5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Nei.

6. Hvorfor ikke?

For det er lettere å handle i butikk, får muligheten til å prøve klærne, og det er ofte salg som de ikke har på nettet.

7. Hvilken av salgskanalene (nettbutikk/fysisk butikk) foretrekker du å handle klær fra?

Fysisk butikk.

8. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden?

Ja, hvis det ser ut som ei fake nettside, at det ikke ser ekte ut.

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

9. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?

Hehe, jeg hadde et gavekort som jeg måtte bruke opp, for jeg fikk ikke tilbake pengene.

10. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?

Ting jeg ikke får tak i i butikkene, og av og til er det salg på nettet som det ikke er i de fysiske butikkene.

11. Hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?

Ting jeg er nødt til å ha, som jeg trenger der og da, og igjen salg som ikke finnes i nettbutikkene hehe, og at man får prøve å vite at det passer.

12. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær? Er det en grunn for at akkurat disse påvirker deg?

Kanskje venner, familie og sosiale medier. For jeg ser mye av de samme klærne, hvis jeg ser mye av en stil så blir det kult etter hvert.

13. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet?

Nei, gikk kun i en butikk siden det var der jeg hadde gavekortet som jeg måtte bruke opp.

14. Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk?

Ja, det er litt lettere å søke informasjon på nettet enn å gå fra en butikk til en annen.

15. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Går kanskje på nettet og søker først for å se hva som er der, hva trendene er.

16. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle?

Ja, det hender at jeg gjør, spesielt hvis det er utenlandske nettbutikker.

17. Ved ditt siste kjøp, sammelingnet du produktet med andre produkter fra andre fysiske butikker?

Nei, siden jeg hadde det gavekortet måtte jeg bruke det i en bestemt butikk.

18. Hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper klærne i nettbutikk?

Nei.

19. Hvorfor ikke?

Fordi jeg som oftest vil ha klærne der og da i butikken, har ikke lyst å vente på at det skal komme i posten.

20. Tror du at hvis du hadde bodd i en større by/tettsted at andelen av kjøp av klær i fysiske butikker hadde vært større?

Æhm nei, handlet like mye, kanskje mer i nettbutikk faktisk, for det er sånn at for eksempel i Oslo så er det express levering, sånn at man får ting dagen etterpå, eller to dager etterpå. Så det er veldig greit, da hadde jeg nok handlet mer på nettet.

21. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

Nei, jeg trengte en kjole og måtte bruke gavekortet.

22. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk? Hva er grunnene til det?

Nei, i fysisk butikk tror jeg, for da er du der og prøver klærne også må du bare bestemme deg der og da.

23. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

Det er nok dagens følelser som oftest er grunnen, at jeg føler at jeg fortjener det og at jeg er lei av alle klærne mine så jeg vil ha nye.

24. Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager? Hvorfor/hvorfor ikke?

Søndag kanskje, da sitter man bare hjemme med hangover med pcen og går inn på Nelly.

25. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene (nettbutikk/fysisk butikk)? Hvorfor/hvorfor ikke?

Jeg tror jeg handler mer på nettet per gang fordi det blir ofte gratis frakt når man kommer over et visst beløp.

26. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Ja, det tror jeg kanskje fordi du ser liksom ikke folkene du kjøper tingene fra så det er litt lettere tror jeg. Også hvis det er problemer med betaling, levering, at det tar for lang tid så vil man ikke oppleve det igjen, så du går heller bare å kjøper det i butikken.

27. Hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

Ja, det har hendt for det er de butikkene som er her, man må tilbake til de.

28. Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Ja, det er litt lettere da siden man ser de som jobber der, også kanskje man kjenner de.

Avslutningsspørsmål

29. Hva skal til for at du vil handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato?

At jeg har penger til å gjøre det, hehe.

30. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk?

Ja, hvis leveransen går fortere, at det går kjappere fra jeg bestiller det til det kommer frem til meg. For eksempel hvis det er snart nyttårsaften og jeg har ingen kjole, så finner jeg en på nettet bare, for hvis jeg ikke finner en i en butikk så går det to dager så har jeg den, istedenfor ei uke.

31. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd?

Nei, ikke egentlig, eller at jeg handler mer i fysiske butikker enn nettbutikker enn jeg trodde.

INFORMANT 2

Bakgrunnsinformasjon

1. Hvor gammel er du?

Jeg er 20.

2. Hvor bor du?

Jeg bor i Bergen.

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du ditt siste kleskjøp, om det var i en fysisk butikk eller nettbutikk?

Ja, det var i en fysisk butikk ja, og det er vel en uke siden ca.

4. Hvor ofte vil du si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

På nett? Det er veldig sjeldent, det er vel kanskje, hmm, 6-10 ganger i året.

5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Nei.. Jeg går som regel i fysiske butikker for da slipper jeg det med returpakke på posten, og hehe, alt det greiene der.

6. Hvilken av salgskanalene foretrekker du å handle klær fra?

Fysisk butikk, absolutt.

7. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden?

Ja, også har jeg tenkt at kortet kan bli svindlet fordi at jeg betaler også kanskje jeg ikke får varen, og når jeg ikke har kjennskap så er jeg litt redd for at jeg betaler for noe som ikke kommer i posten.

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

8. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?

Hehe, det var jo nye bh'er da, så det var jo for å få en ordentlig bh som gir stabilitet og ja..

9. Ja, du hadde et behov for det?

Ja, jeg hadde et behov for nye ordentlig bh'er, det hadde jeg.

10. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?

Eehm, jeg får veldig lyst på det der og da, også tenker jeg sånn "jaja, da får jeg det i posten", hvis det er rask leveringstid så tenker jeg "ja, men da har jeg det her snart" og i hvert fall hvis jeg bestiller på

en fredagskveld og har det på en mandag eller tirsdag, så er det bedre enn å gå på et stappa kjøpesenter på en lørdag.

11. Hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?

Da går jeg å kikker litt på alle varene også ender jeg jo sikkert opp med å ta med meg noe, for da får jeg prøvd det på der og da, og da er det oftere at jeg tar et valg om å ta det med meg, enn og ikke gjøre det.

12. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær? Foreksempel venner, familie, reklame?

Reklame, hehe, og bloggere.

13. Men tror du det er noen grunn til at det er akkurat de som påvirker deg?

Det er det eller de som dukker opp i alle sosiale medier da og i alle blader, og sånn som de store kleskjedene har jo masse reklame på TV, de største TV-kanalene som alle ser på..ehm, og i tillegg så får jeg en del nyhetsbrev da fra mange kjente butikker og da går man jo inn og kikker.

14. Før du kjøpte de bh'ene, brukte du lang tid på å søke informasjon om de først?

Jeg kikket litt på nettsiden til butikken for liksom å se hva jeg kunne finne, hvordan bh'ene så ut og hvilke farger og litt sånne ting..om det faktisk var noe som appellerte til meg da, men så ville jeg ikke kjøpe på nett for jeg visste jo ikke størrelsen, hehe, ordentlig...ehm, og om det satt fint da selvfølgelig.

15. Men tror du selve informasjonssøkingen er annerledes før kjøp i nettbutikk enn i fysisk butikk?

Hvis jeg kjøper på nett så skaffer jeg nok meg litt mer informasjon først, for da sjekker jeg jo blant annet leveringstid og der står det jo litt mer informasjon. Det er veldig sjeldent jeg står i en fysisk butikk og leser hva genseren er lagd av og tar meg tid til å se på det, men på nett så står det jo med en gang under plagget jeg ser på, for eksempel 80% polyester, og da tar jeg meg selvfølgelig også tid til å lese hva andre har skrevet om plagget, om størrelsen og sånt da, så jeg tror nok jeg bruker lenger tid på å søke informasjon på nett, ja.

16. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Kommer helt an på, hvis jeg skal ha noe spesielt kan jeg gå inn på nett for å søke informasjon.

17. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle?

Ja, hvis jeg vil kjøpe noe fra en ukjent nettbutikk så gjør jeg det. Ehm, hører med andre om de har noe kjennskap til den nettbutikken.

Vurdering av alternativer

18. Når du skulle kjøpe de bh'ene, sammenlignet du produktet med andre produkter fra andre butikker?

Ja, absolutt! Vanligvis har jeg kjøpt bh'ene mine på en annen klesbutikk og det var jo noe helt annet å kjøpe bh på en ordentlig undertøysbutikk, ehm, sånn kvalitetsmessig syns jeg de var mye bedre, også syns jeg de satt mye bedre i forhold til de jeg har kjøpt før, så jeg sjekket kvaliteten opp mot de andre, ja, hehe!

19. Hender det at du prøver klær i en fysisk butikk før du kjøper klærne i nettbutikk?

Nei, da kjøper jeg det i den fysiske butikken.

20. Tror du at hvis du hadde bodd i en mindre by eller tettsted, at andelen av kjøp av klær på nett hadde vært større?

Ja, absolutt! Det tror jeg..for sånn som jeg har jo veldig god tilgang på storsentre med alle butikker, i mens hvis jeg hadde bodd i en liten bygd som kun hadde en klesbutikk, så ville jeg nok selvfølgelig brukt nettet til å kjøpe klær fra andre butikker, det tror jeg.

21. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk?

Fysisk butikk, hehe!

22. Er det noen spesielle grunner til det tror du?

Det er nok sikkert fordi da står jeg med det i hånda, også har jeg prøvd det og jeg kan få det med en gang, så hvis jeg for eksempel skal på en fest og finner en bluse, så vet jeg at jeg kan bruke den samme kvelden..da trenger jeg jo ikke å vente de 2-3 dagene det kanskje tar på nett, så det veier jo litt opp at man kan få det med en gang når man først står med det i hånda.

23. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

Hehe, det gjør jeg jo ganske ofte, hehe! Jeg vet ikke jeg...kjeder meg litt eller, hehe..også går jeg jo gjerne og kikker litt hvis jeg har litt god tid, hvis jeg skal møte noen eller hvis jeg er ute med venninner eller noe sånt noe, og da blir det jo til at jeg egentlig ikke har planlagt å shoppe, men så finner jeg et veldig fint plagg jeg tenker at passer til neste anledning jeg skal noe, hehe.

24. Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager?

De dagene jeg har brukt nett til å handle på så har det som regel vært søndager, hehe, eller fredag kveld.

25. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene?

Jeg handler nok mer hvis jeg først handler på nett, ja. Det er veldig mange som har sånn at hvis man kjøper for så, så mye så får du fri frakt og noen ganger så har de også mer salg på nettet fordi de kan

gjøre det i forhold til fysiske butikker som må ta inn alle varene først, og da føler jeg jo på en måte at jeg sitter igjen med mye til overs og kan tillate meg å kjøpe litt ekstra. Så jeg kjøper nok mer per transaksjon på nett, ja.

26. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Det er nok litt begge deler. Jeg tror ikke jeg hadde gidde å handle på verken noen av dem hvis det hadde vært dårlig service, men det er nok sikkert større sjanse for at jeg hadde gått tilbake til den fysiske butikken for der er det jo flere som jobber, mens når det er en nettbutikk med et navn så ser man jo ikke en person, men det er jo heller hele navnet som blir svertet av en dårlig opplevelse. Så jeg ville nok sluttet å handle på nettbutikken, også ville jeg sikkert holdt meg unna den fysiske butikken en liten periode før jeg hadde gått tilbake.

27. Så du vil si at du har større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Ja, absolutt!

Avslutningsspørsmål

28. Hva skal til for at du vil handle klær i nettbutikker hyppigere enn per dags dato?

Det må jo være at det er troverdig og at det er mange betalingsmuligheter..at jeg kan velge mellom faktura, kortbetaling osv og at ikke frakten er for høy..at det ikke er krav om at jeg må handle for 1000kr før jeg får fri frakt, at den grensen blir lavere da. Ehm, også selvfølgelig at det går fort..og at det er oversiktlig og at de faktisk har varene på lager...og at jeg kan oppdateres på når størrelsen min kommer inn og at jeg ikke blir bombandert med nyhetsbrev, at jeg kan velge bort det, for mange sender jo ut daglig og det kan fort bli litt slitsomt.

29. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk?

Det må bli bedre bytteordninger og raskere bytteordninger. Noen ganger så må man jo betale for produktet før du får det i posten, og så skal du prøve det, og så sende tilbake, og så skal tilbakebetalingsprosessen begynne og det er sånn man ikke gidder...da tenker jeg sånn at "jaja, den kostet jo bare 100kr", så da gidder jeg ikke ta meg bryet med å sende tilbake. Så hvis jeg skulle handlet mer på nettbutikk så måtte det ha vært en greiere ordning, det med at du kan få prøve plaggene, også er det lettere å sende tilbake.

30. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen, var det på en måte noe du tenkte over i forhold til dine egne kjøpsvaner eller kjøpsatferd?

Hehe, jeg tenkte jo over at selv om jeg er ganske ung, så er jeg kanskje en av de som bruker nettbutikkene minst, men samtidig shopper enormt mye, hehe! Men jeg har lettere for å kjøpe sko på nett, for der vet jeg størrelsen, men som for eksempel bukser må jeg prøve først. Men sånn som

treningstøy kan jeg også fint handle på nett, for det slipper jeg å prøve..så det åpnet øynene mine litt for hva jeg egentlig handler på nett.

INFORMANT 3

Bakgrunnsinformasjon

1 .Hvor gammel er du?

26.

2. Hvor bor du?

Ullernåsen i Oslo.

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var, om det var i fysisk butikk eller nettbutikk?

Eehm, ja, det var i fysisk butikk! En genser.

4. Hvor ofte vil du si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

Ehm, teller sko?

5. Nei, klesplagg..

Hehe, ja, da blir det vel kanskje 1 gang i året, hehe.

6. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Nei, faktisk ikke, ikke for min del.

7. Tror du det er noen grunn til det eller?

Nei, det er vel fordi jeg kanskje er litt gammeldags, hehe, og det er fordi jeg er jo ganske høy, så jeg vil gjerne prøve klærne, at de liksom passer i snitt og sånt da..og for eksempel bukser og sånt må jeg prøve hvis ikke kan de lett bli for kort i beina eller genserne for korte i armene..så det er vel egentlig fordi jeg liker å prøve først.

8. Hvilken av salgskanalene foretrekker du å handle fra?

Fysisk butikk.

9. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden?

Nei, ikke sånne anerkjente nettsider, liksom som på en måte jeg vet at..eller hehe, jeg vet jo ikke, men de største sidene da, jeg har ikke noe aversjon mot å handle derfra egentlig...så jeg er ikke redd for det, men hadde det vært en kinesisk side som jeg fant på eBay eller et eller annet så hadde jeg vært mer skeptisk.

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

10. Ditt siste kleskjøp..den genseren da, hva motiverte deg til å kjøpe den?

Hehe, jeg hadde et behov for en ny genser, hehe! Ehm, ja det har blitt litt lite shopping det siste året, så da trengte jeg en ny genser.

11. Hva motiverer deg til å handle klær på nett og hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?

Ehm, ja hvis det er noe spesifikt jeg skal ha som jeg liksom ikke vet hvor jeg skal finne i en fysisk butikk da, så kan jeg handle det på nett. Som, hehe, jeg sølte vin på pappa sin t-skjorte i sommer og da sa han "nå skarru kjøpe en ny til meg!" haha, og jeg bare "ja, greit!", da visste jeg liksom akkurat hva jeg skulle ha, og da var det litt lettere for meg, istedenfor å gå rundt å lete i masse butikker, og bare google den og bestille den for da visste jeg jo også størrelsen. I fysisk butikk er det at jeg får prøve klærne.

12. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær, og er det noen grunn til at akkurat de påvirker deg?

Ehm..Jeg vet ikke helt hva som påvirker meg.. Jeg tror ikke det egentlig er vennene mine, for de har jo mye forskjellig de også..kanskje..det er jo sikkert liksom media også, fordi man får jo liksom hele tiden inntrykk av hva som på en måte er moten og sånne ting. Reklame og sånt har jo sikkert mer påvirkning enn hva man egentlig tenker over. Eller så kan det jo sikkert være hvis en venninne har noe fint, men det skjer ikke så ofte.

13. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet? Hvorfor det?

Den genseren?

14. Ja?

Jeg brukte ikke lang tid, jeg gikk inn og så kjapt rundt meg for jeg har alltid begrenset med tid, i hvert fall hvis jeg har med sønnen min..så jeg tok en genser og prøvde den ikke engang, bare kjøpte den.

15. Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk eller fysisk butikk?

Hmmmm...Jeg vet ikke helt..Nei, jeg aner faktisk ikke.

16. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Jeg drar nok som regel rett i en fysisk butikk.

17. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle?

Ehm, ja, jeg kunne jo sett på...det pleier jo å være sånne reviews. Jeg hadde nok hvert fall sjekket ut den, på tilbakemeldinger, og hvis det bare hadde stått at folk ikke fikk varene sine og sånne ting, så

hadde det påvirket valget mitt om å kjøpe eller ikke. Så ja, hvis det hadde vært en ukjent side så hadde jeg prøvd å finne ut om det var pålitelig eller ikke.

18. Ved ditt siste kjøp, sammelingnet du produktet med andre produkter fra andre fysiske butikker?

Nei.

19. Hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper klærne i nettbutikk?

Eehm..det har ikke skjedd, men jeg skal ikke utelukke det, for eksempel så kunne jeg prøvd å finne riktig størrelse og sett om den finnes på salg noe sted for eksempel...det kunne jeg gjort, men jeg har ikke gjort det.

20. Tror du at hvis du hadde bodd i en mindre by at andelen av kjøp av klær på nett hadde vært større?

Ja, det kan hende. Det er jo sånn med de fleste ting at tilgjengelighet har mye å si, at man bruker de fysiske butikkene mer hvis man har de i nærheten...hvis man bor veldig langt fra en butikk og kjøpesenteret har tre butikker, så regner jeg jo med at hvis man vil ha noe som ikke alle andre har så tyr man til nettet. Så jeg tror nok at hvis jeg ikke bodde i Oslo, men i Loppa kommune i Finnmark, hehe, at jeg ville handlet mer på nett.

21. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

Nei, jeg hadde behov for en ny genser.

22. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk?

Hmmm...det er litt vanskelig for jeg har jo ikke kjøpt så mye til meg selv på nett..Men jeg tror ikke nødvendigvis at jeg tar noe raskere beslutning på nett enn i fysisk butikk..men nei, jeg vet ikke..kanskje like lang tid.

23. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

At jeg har økonomi til det...og kanskje at jeg føler at jeg fortjener det...en belønning..at jeg kan unne meg selv noe.

24. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene?

Ehm, jeg tror det er mange som gjør det sånn på nett, men når jeg har handlet på nett så har jeg stort sett holdt meg til det jeg skal ha, men det er veldig lett, tror jeg..fordi man får opp forslag til hva andre kunder har handlet i tillegg til det plagget også videre, men jeg har faktisk ikke gjort det.

25. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Ehm, ja, hvis jeg har en dårlig opplevelse i en nettbutikk så tror jeg faktisk jeg ikke ville bestilt derfra igjen, med mindre de hadde et plagg jeg måtte ha og som bare fantes i den nettbutikken. Men i en

fysisk butikk så tenker jeg kanskje at det var vedkommende som var på jobb som var grunnen og at den personen nødvendigvis ikke representerer hele kjeden.

26. Hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

Ja, jeg kan gjøre det, men det spørs jo hvor dårlig opplevelsen er da. Jeg har vel aldri hatt en sånn superdårlig opplevelse, men jeg tenker at hvis det er gjentakende dårlige opplevelser med reklamasjoner og sånt, så ville jeg sluttet å handle der. Men i en nettbutikk så tenker jeg at hvis det hadde vært noe tull med leveringen og sånt der, så hadde de nok ikke fått så mange sjanser.

27. Vil du si at du har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Ehm, ja, jeg tror det, men det kanskje ha noe med at jeg har handlet mer på fysiske butikker..at jeg har begrenset erfaring med nettbutikker.

Avslutningsspørsmål

28. Hva skal til for at du vil handle klær i en nettbutikk hyppigere enn det du gjør per dags dato?

Ehm, nei hovedgrunnen er jo ikke egentlig noe de kan gjøre noe med...at jeg ikke får prøvd klærne...eller jeg kan jo prøve og så sende det tilbake, men det opplever jeg som litt styrete. Men med gratis retur så er det jo lettere. Men ellers hvis det er mye bedre priser og sånt, det var en ting til jeg tenkte på, men det forsvant fra hodet mitt nå, hehe.

29. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk?

Det er i så fall utvalg da..at de har noe jeg ikke finner i fysisk butikk, og eventuelt pris da, men det viktigste er utvalg tenker jeg.

30. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd? Er det noe du kommer til å tenke på videre?

Jeg tenkte når jeg fylte den ut at jeg sikkert er en litt sånn gammeldags person, hehe, som ikke handler så mye på nett i forhold til mange andre, og at jeg kan jo sikkert prøve å bli flinkere til å handle på nett og se om det er et bra alternativ.

INFORMANT 4

Bakgrunnsinformasjon

1.Hvor gammel er du?

35.

2. Hvor bor du?

Hessa i Ålesund.

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var? Var det i en fysisk butikk eller nettbutikk?

Oi, ææhm..ja, det gjør jeg faktisk. Det var flere på en og samme dag. Da var jeg å kjøpte meg en lang genser og en tights, og.. Hva mer var det øhm, ei skjorte også var det noe til men det står litt stille. Ja, det var i fysisk butikk.

4. Hvor ofte vil du ca. si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

Det varierer, for i noen perioder ser jeg at ungene sine klær begynner å bli for små, og da handler jeg gjerne inn stort til alle sammen på en gang. Men det kan gjerne gå 2 til 3 måneder mellom hver gang.

5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Ja, det gjør jeg egentlig, for det er litt mer praktisk for min del.

6. Hvilken av salgskanalene foretrekker du å handle klær fra?

Litt variabelt. Noen ganger er det veldig kjekt å handle i fysisk butikk for å kunne prøve klærne selv og se litt på fargene og kjenne på stoffet. Mens andre ganger, ja..spesielt når jeg skal handle klær til barna mine, da gjør jeg det stort sett på nett for da vet jeg hvilke størrelser de bruker og da er det mye mer praktisk og det er ofte ganske mye jeg skal handle, og da går det litt fortere på nett.

7. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden?

Ja, det er flere nettbutikker jeg har sett reklame for som har sett spennende ut, men så har jeg blant annet syns at prisene har virket så ekstremt lave at jeg begynner å lure på om det er noe juks.

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

8. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?

Det var egentlig belønning, ikke fra meg selv da, men faktisk fra mannen min, fikk belønning fordi jeg har jobbet så mye.

9. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?

Æhm, at det..hmm..tilgjengeligheten på en måte og ofte kan det være større utvalg på nettbutikkene, også er det veldig praktisk og det går fort.

10. Hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?

Da er det dette at jeg har lyst å gå rundt å kikke litt og får muligheten til å prøve klærne.

11. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær?

Oi, det var et litt vanskelig spørsmål egentlig. Tenker du da på...

12. På venner, familie, reklame?

Både venner, fordi hvis jeg ser en venninne som har kule klær så spør jeg henne hvor hun har kjøpt de

og blir motivert på den måten. Æhm, jeg ser ikke så veldig mye på reklame når det gjelder klær, for da går jeg egentlig bare på nettet selv og kikker på hva som finnes, så egentlig mest venner, når du tenker referansegruppe.

13. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet?

Æhm, det var når jeg var i fysisk butikk da, så nei, eller jeg var kanskje i butikken i en time før jeg kjøpte noe da.

14. Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk?

Æhm, sist jeg handlet på nett, nei, jeg bruker egentlig veldig kort tid på netthandel for da vet jeg hvilke butikker jeg liker, æhm, jeg kan bli sittende en god stund å se på utvalget da, men ikke sånn veldig lenge, for en av grunnene til jeg handler på nett er fordi det er kjapt.

15. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Jeg sjekker ut på nettet først, det gjør jeg, forrige gang hadde tenkt å dra inn på Gina Tricot (*på Moa kjøpesenter*) også så jeg hva de hadde der, men jeg fant ikke noe jeg likte helt, så da dro jeg heller til byen, og der er det ikke Gina Tricot, så da ble det en annen butikk.

16. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle?

Egentlig ikke, for jeg har handler på de samme nettbutikkene så lenge at jeg vet at det er trygt, men hvis jeg skal handle på en ny nettbutikk så ville jeg gjort det, sjekket anbefalinger og slikt.

17. Ved ditt siste kjøp, sammenlignet du produktet med andre produkter fra andre fysiske butikker?

Samme type klær på en måte? Nei, jeg gjorde egentlig ikke det, for jeg var først inne på en butikk og da visste jeg hvilke type klær jeg var ute etter for jeg kjenner butikken, også gjorde jeg det samme i den neste butikken.

18. Er det noe du pleier å gjøre? For å sjekke priser eller kvalitet?

Æhm..nei, da går jeg egentlig bare i butikken og kikker.

19. Hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper klærne i nettbutikk? For eksempel hvis det er billigere på nett?

Æhm, nei det har jeg egentlig aldri gjort, men det kan jo kanskje være en god ide.

20. Tror du at hvis du hadde bodd i en større by at andelen av kjøp av klær på fysisk butikk hadde vært større?

Det tror jeg garantert. For her er jo..utvalget i merke butikker og slikt er veldig dårlig, så det hadde jeg absolutt.

21. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

Ja, det gjorde jeg jo absolutt, med tanke på at det var en overraskelse fra min mann.

22. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det? Er det kun på grunn av dagens følelser?

Æhm..ja, egentlig.

23. Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager?

Æhm nei, det har egentlig veldig lite å si.

24. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene (nettbutikk/fysisk butikk)? Hvorfor/hvorfor ikke?

Ja, det gjør jeg. Hvorfor det? Nei, fordi det er på nettbutikk jeg tar de største kjøpene mine og da blir det slik.

25. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Æhm, ja, på en måte for jeg tror det er lettere å gå å klage på et kjøp i en fysisk butikk enn i en nettbutikk.

26. Hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

Ja, det har skjedd.

27. Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Det varierer egentlig fra butikk til butikk, så det er litt vanskelig å svare på.

Avslutningsspørsmål

28. Hva skal til for at du vil handle mer klær i en nettbutikk fremfor fysisk butikk?

Hmmm, hva som skal til? Æhm, tja, jeg vet egentlig ikke for jeg handler ganske lite fra før av i fysiske butikker, men når jeg først gjør det så er det mye for min egen del, så jeg tror ikke at jeg kommer til å slutte med det.

29. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd?

Hmm, det var kanskje det med å prøve klær i butikk også kjøpe de i nettbutikk etterpå hvis det er billigere. Det har jeg kanskje tenkt litt på at jeg burde gjøre. Så ja, dere fikk meg inn på den tanken.

INFORMANT 5

Bakgrunnsinformasjon

1. Hvor gammel er du?

29.

2. Hvor bor du?

Godøya (Møre og Romsdal)

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var? Og om det var i fysisk butikk eller nettbutikk?

Det var på fysisk butikk, det var en genser.

4. Hvor ofte vil du si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

Hmm, to ganger i måneden kanskje.

5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Ja!

6. Hvorfor det tror du?

Mer utvalg, æhm, egentlig ganske enkelt. Ser du noe du liker så klikker du på det så får du det i posten, hehe.

7. Hvilken av salgskanalene er det du foretrekker du å handle klær fra, altså fysisk butikk eller nettbutikk?

Begge egentlig.

8. Ja.. Det er liksom ingen du på en måte syns....

Barneklær så foretrekker babyshop.no da. Der er det så mye utvalg.

9. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden? Altså hvis du på en måte ikke vet så mye om nettsiden fra før eller har hørt om den da?

Så lenge den er norsk, så er ikke det noe problem.

10. Nei, da stoler du på at det går bra liksom?

Ja!

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

11. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?

Salg, hehe.

12. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?

Hvis det er kampanje. Det er oftere kampanje på nett i forhold til fysisk butikk.

13. Men i fysisk butikk da, hva motiverer deg til å handle der?

Merker. Hvis det er et spesielt merke jeg vil ha som jeg ikke får tak i på en nettbutikk.

14. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær? Altså for eksempel venner, familie, reklame...?

Venner!

15. Er det en grunn for at akkurat disse påvirker deg mest?

Vi har egentlig ganske lik smak og stil, så det blir sånn... når du ser på venninnene dine så syns du kanskje det er fint, så har du lyst på det selv.

16. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet?

Nei!

17. Så det var en impulsjøp?

Ja!

18. Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk eller fysisk butikk?

Ja, jeg bruker så klart litt mer tid på å tenke over når jeg er på nett da, om det passer...ja.

19. Er det bare det, eller er det andre ting du vurderer?

Ja, selvfølgelig jeg tenker på om..om det kommer til å passe meg, for det vet du ikke om du ikke har prøvd det på. Også syns jeg det er så travelt å drive og sende det tilbake. Så da tenker jeg litt mer over det.

20. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Pleier egentlig bare å gå rundt på Moa (*kjøpesenter*) å kikke litt, og hvis at det er noe jeg liker, så det kan hende jeg kjøper det... om det er et kupp, salg eller kampanje.

21. Ja, men hvis du for eksempel er hjemme og tenker at du har lyst på en ny genser for eksempel, går du da på nett først og ser hva de har også drar du på Moa og kjøper genseren i fysisk butikk?

Nei, nei da går jeg heller i fysisk butikk og ser.

22. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle? For eksempel hvis du ikke er kjent med nettsiden fra før?

Nei, jeg føler meg egentlig ganske trygg på norske nettbutikker. Har ikke hatt noen problemer, så da...

23. Men handler du i utenlandske nettbutikker og eller?

Æhm, nei kun sånn AliExpress (.com), men der handler jeg ikke klær.

24. Ved ditt siste kjøp, sammenlignet du da produktet med andre produkter fra andre klesbutikker (både nett og fysiske butikker)?

Nei!

25. Hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper eventuelt klærne på nett?

Æhmmm..nei, jeg tror ikke det har hendt før. Kanskje bare hvis jeg skulle kjøpt en kjole til en spesiell anledning så ville jeg gjort det. Men ellers så er litt sånn....at når jeg går i fysisk butikk så...kan det hende jeg prøver noe og hvis jeg liker det så kjøper jeg det.

26. Tror du at hvis du hadde bodd i en større by at andelen av kjøp av klær i fysisk butikk hadde vært større?

Æhm.. Ja, det tror jeg faktisk! For når jeg bodde oppi Tromsø, så var jo det en mye større by så da handlet jeg egentlig for det meste i fysiske butikker og ikke på nett.

27. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

Ja!

28. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk?

På nett, så klart! Det gjør jeg.

29. Hva er grunnene til det?

Jeg vet ikke egentlig grunnen til det, men det er kanskje litt impulsivt, hehe.

30. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

Grunnene kan...jeg synes det er fint, det er kanskje..æhm..billigere enn i fysisk butikk...ja...sanne ting!

31. Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager?

Æhmm, helgene kanskje.

32. Hvorfor det?

Nei...jeg har ikke noen spesiell grunn til det.. Det er ofte at man sitter lenger oppe i helgen...og titter innom forskjellige nettsider og...ja!

33. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på enten nettbutikk eller fysisk butikk?

Ja...da..da handler jeg mer på nettbutikk ja..det blir jo ofte sånn at du trykker det også plutselig blir det mer enn det du kanskje..ja, har tenkt!

34. Hva tror du er grunnen til det?

Nei, det er så enkelt å bare klikke på det du liker. Men også selvfølgelig hvis det blir for høyt (*prisen*) så tar jeg vekk ting. Så da tenker jeg over og tar det heller vekk.

35. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Det spørres hva..altså, hvordan kundeservicen er på nettbutikken. Sånn som jeg kjøpte noen klær fra en nettbutikk nylig, æhm, og jeg fikk ikke varene og jeg sendte de en mail og det var egentlig veldig bra kundeservice, og jeg får nye varer, så det gjør ikke at jeg blir skremt for å handle der igjen. Æhm, hvis at jeg syns at de som jobber i fysisk butikk virker litt sånn..sære..eller hvis de ikke er så hyggelige, hvis du føler deg..ehh..ja, hehe..

36. Har du opplevd noe spesielt?

Ja, det er jo visse butikker du føler deg neste uglesett når du går inn med mindre du har på deg, æhm, er skikkelig stelt og har på deg riktig klær da..og da gjør jo det at jeg kanskje ikke har lyst til å handle der da så ofte.. Hvis de for eksempel er hyggeligere på andre butikker, så foretrekker jeg jo heller å handle der da.

37. Ja, så da føler du nesten heller omvendt da? At hvis du møter noen uhyggelige ansatte i fysisk butikk så er det større sjanse for at du ikke går tilbake dit, enn hvis du skulle oppleve for eksempel problemer med levering fra en nettbutikk?

Ja, helt klart!

38. Ja, nå besvarte du jo dette spørsmålet for så vidt, men hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

Hm..ja..altså, det spørres jo også hvis det er andre ansatte enn det var den dagen (*dårlig opplevelse*), så..så klart! Men det sitter jo litt i da, du føler jo..ja..det er litt sånn ubehagelig da.

39. Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Hm..både ja og nei, æhm..sånn som det er jo litt, det med at kanskje man ikke får det man har bestilt. Sånn som jeg bruker alltid å ta postoppkrav slik at jeg vet at jeg får varen..æhm..og det har jo skjedd noen ganger jeg har betalt med kort også har ikke varen dukket opp og da..men sånn som i fysisk butikk så man jo varen når du betaler for det, så..men altså jeg handler egentlig veldig mye på nett også og har veldig mange gode opplevelser, så det..jeg lar ikke noen få dårlige opplevelser skremme meg fra å handle på nett.

Avslutningsspørsmål

40. Ja, nå handler jo du ganske mye klær på nett, men hva skal til for at du vil handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato? Er det på en måte noe nettbutikkene kan gjøre for at du skal velge dem oftere enn fysiske butikker enn det du gjør i dag?

Æhm..Det handler jo litt om hva slags merker de har og sånt da..æhm..altså sånn som jeg er veldig glad i Holzweiler og det vet jeg ikke...jeg vet ikke om noen nettbutikker som tilbyr det.

41. Nei, så mer utvalg av forskjellige merkevarer og sånt da?

Ja! Acne, Holzweiler..litt sånne.

42. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk, altså hvis en nettbutikk og en fysisk butikk tilbyr ca. det samme da?

Da kommer det an på prisen..hvis de..ofte så får du jo litt rabatt og sånt på nett, og det er jo med å overbevise meg i hvert fall...så klart!

43. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke litt over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd?

Altså jeg vet at, hehe, jeg er veldig glad i å handle da..det er jeg fullstendig klar over..æhm..men altså nei, egentlig ikke.

INFORMANT 6

Bakgrunnsinformasjon

1. Hvor gammel er du?

24.

2. Hvor bor du?

Hessa i Ålesund.

Introduksjonsspørsmål

3. Husker du hva ditt siste kleskjøp var?

Ehm ja, det var en genser.

4. Hvor ofte vil du ca. si at du handler klær på nett i gjennomsnitt?

Hmm nei, 2 til 3 ganger i måneden.

5. Vil du si at ditt antall kleskjøp i fysiske butikker har minsket til fordel for kleskjøp på nett i løpet av de siste årene?

Hmm nei, både og. Det spørs hva jeg skal handle da, hvis jeg skal handle hverdagsklær så går jeg i butikken, men hvis jeg skal ha treningsklær og sånt så handler jeg på nett.

6. Og det fordi?

Det er for det er billigere på nett og bedre utvalg på nett.

Spørsmål basert på beslutningsmodellen

7. Det siste kjøpet ditt, var det i fysisk butikk eller i nettbutikk?

I fysisk butikk.

8. Hvilken av salgskanalene, nettbutikk eller fysisk butikk, foretrekker du å handle klær fra?

Hmm, nei det, nettbutikk..for da får jeg en pakke i posten.

9. Har du latt være å handle klær i nettbutikk fordi du ikke har noe kjennskap til nettsiden? Altså om det er trygt eller ikke?

Æhm, ja hvis det er fra utlandet så har jeg latt være å kjøpe det.

10. Ditt siste kleskjøp, hva motiverte deg til å kjøpe det klesplagget?

Fordi det var varmt og fordi det var på salg, hehe.

11. Hva motiverer deg til å handle klær på nett?

Nei at det finnes som oftest rabattkoder på Google, hehe.

12. Hva motiverer deg til å handle klær i fysisk butikk?

At jeg får prøve det der og da sånn at jeg slipper å sende tilbake, slipper å gå tilbake til butikken.

13. Hvem eller hva vil du si at generelt påvirker deg mest til å handle klær? Er det en grunn for at akkurat disse påvirker deg?

Egentlig ingen siden jeg går etter meg selv, men nei, kanskje på nettet hvis jeg ser en genser som er fin så går jeg og kjøper den.

14. Ditt siste kleskjøp, brukte du lang tid på å søke informasjon om produktet?

Æhm..nei.

15. Hvorfor ikke?

Æhm..nei, for jeg trengte ikke så mye informasjon om den genseren.

16. Hadde du sett den før?

Æhm..nei.

17. Var det litt sånn impuls da? At den var fin eller billig?

Ja, den hang nå der også stod jeg og så på den også syns jeg den var fin.

18. Tror du dette er annerledes ved kjøp av klær i nettbutikk eller fysisk butikk?

Æhm ja, da må jeg tenke litt mer før jeg kjøper noe. Hmm, nå står det stille. Ja, for du kan ikke stappe postkassa de full med klær heller da for å så sende det tilbake igjen, for det er jo kjipt selv om jeg gjør det av og til.

19. Pleier du som regel å dra rett til en fysisk butikk når du innser et behov eller gå inn på nett for å søke informasjon først?

Ja, da går jeg inn på nettet.

20. Søker du informasjon om nettbutikken før du handler klærne for å forsikre deg om at det er trygt å handle? For eksempel hvis du ikke er kjent med nettsiden fra før?

Nei, det har jeg faktisk aldri gjort.

21. Ved ditt siste kjøp, sammenlignet du produktet med andre produkter fra andre klesbutikker, både nett og fysiske butikker?

Nei, det har jeg faktisk aldri gjort, men hvis jeg vet at det er billigere på nett så kan jeg gå i butikken og prøve det og så kjøpe det på nett, som den sunnmøringen som jeg er, hehe.

22. Men hvis du sitter og titter i en nettbutikk, sammenligner du da klærne med andre nettbutikker?

Nei, eller jo jo.

23. Når du for eksempel kjøpte genseren sto valget mellom flere gensere?

Nei nei. Men hvis jeg er inne på en nettside og vet at det er billigere på en annen nettside så går jeg heller og kjøper den der.

24. Du svarte nettopp på dette spørsmålet, om det hender det at du går i en fysisk butikk og prøver klærne før du kjøper klærne i nettbutikk? Men er det mange ganger det har hendt?

Nei, æhm, kanskje en gang i skuddåret.

25. Prisklasse da, er det mye forskjell?

Nei, det er ikke stor forskjell. Men hvis jeg går på G-max for eksempel og finner noen treningssko eller treningsklær der og vet at jeg kan få det billigere på nett, så kjøper jeg det heller på nett.

26. Tror du at hvis du hadde bodd i en større by at andelen av kjøp av klær på fysisk butikk hadde vært større?

Nei, egentlig ikke for jeg synes det er så kjekt å få en pakke i posten, hehe.

27. Ved ditt siste kjøp, handlet du klær impulsivt på grunn av dagens følelser?

Ja, for jeg skulle egentlig ikke ha noe, så jeg kjøpte det egentlig bare for å kjøpe det, men det var et godt kjøp da, hehe.

28. Vil du påstå at du tar en raskere kjøpsbeslutning på nett eller i fysisk butikk?

På nett, for hvis jeg har en dag der jeg vil kjøpe masse så kjøper jeg det og så hvis jeg angrer når det kommer i postkassen, så er det lettere å sende tilbake enn å få igjen pengene.

29. Hvis du handler klær impulsivt, hva tror du er grunnene til det?

Nei, det må nok kanskje vær det emosjonelle, føler seg litt trist og lei eller at man er skikkelig glad og vil ha noe for man føler man fortjener det, belønne seg..hehe.

30. Er det noen dager i uken du kan tenke deg at du handler mer klær på nettbutikker enn andre dager?

Fredager, for da er det helg.

31. Ikke søndager når de fysiske butikkene er stengt?

Nei, da ligger jeg og sover, hehe.

32. Vil du si at du handler mer klær per transaksjon på en av salgskanalene, nettbutikk eller fysisk butikk?

Ja..ja, på nett. Da kjøper jeg heller litt ekstra for å prøve og sender heller tilbake igjen.

33. Vil du si at det er større sjanse for at du ikke blir fast kunde etter en dårlig opplevelse i en nettbutikk enn etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk?

Æhm ja, hvis jeg får dårlig service i en butikk så gidder jeg ikke å gå tilbake igjen, men hvis jeg får det...det er litt sånn, du får på en måte ikke dårlig service på en nettbutikk, på en måte, det spørs jo på om..

34. Hvis det blir problemer med for eksempel betaling eller retur eller noe sånt?

Ja, men det...jeg tenker liksom at det er et engangstilfelle kanskje, på nett.

35. Det har ikke skjedd noe noen gang at du har fått dårlig service i nettbutikk?

Nei, det har ikke skjedd. Du ser liksom ikke personen du prater med heller, men det gjør du i butikken, og da får du en annen følelse enn når du kjøper på nett.

36. Hender det at du selv etter en dårlig opplevelse i en fysisk butikk, vil handle klær der igjen?

I fysisk butikk? Ja, det spørs litt på, det kunne godt kanskje gått et lite halvår før jeg kom tilbake igjen og kom over den opplevelsen, den forferdelige opplevelsen jeg hadde i den butikken, men..æhm..jeg kunne gått tilbake da, og hvis jeg hadde gått tilbake så hadde det vært for klærne og ikke for personene.

37. Har du større tillit til fysiske butikker enn nettbutikker?

Æhm..nei, egentlig ikke, for på nett der kan du legge igjen, øhm, beskrivelser på produktene som andre mener, eller at andre folk legger inn. Mens i butikken så er det litt rart hvis det skulle henge ei tavle der folk drev og skreiv opp, men ja, på nettbutikken så skriver folk det de føler for, holdt jeg på å si.

38. Så hvis du ser at noen skriver en negativ kommentar så kjøper du ikke det klesplagget?

Nei, hvis det er noen som skriver om et produkt at det er veldig dårlig kvalitet så kjøper jeg det ikke, for da kjøper jeg heller noe annet.

Avslutningsspørsmål

39. Hva skal til for at du vil handle klær i en nettbutikk hyppigere enn per dags dato?

Nei, må få litt høyere økonomi da, hehe.

40. Er det noe nettbutikkene kunne gjort for å få deg til å kjøpe mer? Mer rabattkoder eller lignende?

Ja, de kunne lagd litt større rabatter til de faste kundene sine. Der de ser at denne personen her handler faktisk masse da og gir oss litt ekstra rabatt.

41. Hva skal til for å overbevise deg til å handle klær i nettbutikk fremfor fysisk butikk, er det bare pris eller?

Nei, hmm, det er jo at utvalget kanskje er større og de har jo kanskje større lager på en måte enn det de fysiske butikkene har, for har du kjøpt det som ligger på..eller er det oppkjøpt det som er i butikken så har du ikke muligheten til å kjøpe det.

42. Med tanke på størrelse?

Ja, på størrelsene, at det er kanskje større utvalg fordi de sender det rett fra lager som oftest, og da er jo det større utvalg på størrelsene enn det er i butikken for der får de inn så og så masse.

43. Helt tilslutt, etter at du tok spørreundersøkelsen vår, fikk det deg til å tenke over dine egne kjøpsvaner eller andre ting angående din kjøpsatferd?

Ja, jeg burde kanskje begynne å shoppe litt mer..hehe. Ha litt mer følelser å kunne shoppe litt mer..hehe. Jobbe litt mer for å få litt mer penger for å kunne kjøpe enda mer..hehe.