

Vedlegg

Vedlegg 1

Spørreundersøkelsen: Kundeperspektivet i omni-kanal fashion retailing.

Start of Block: Millennials

Q1 Er du født mellom år 1980-2000?

(Hvis ikke, vennligst forlat denne undersøkelsen)!

Ja (1)

Q2 Har du handlet klær/sko/tilbehør både i butikk og på nett minst en gang i løpet av de siste 12 månedene? (Hvis ikke, vennligst forlat denne undersøkelsen)!

Ja (1)

Q3 Hvor gammel er du?

18-24 (1)

25-31 (2)

32-38 (3)

Q4 Kjønn?

Mann (1)

Kvinne (2)

Q5 Jobbsituasjon?

Arbeidsledig (1)

Deltidsjobb (2)

Fulltidsjobb (3)

Q6 Ca. hvor mange timer jobber du normalt i gjennomsnitt i løpet av en måned?

Q7 Hva har du ca. i brutto årsinntekt (før skatt)? Skriv i hele tall uten punktum, komma eller mellomrom!

End of Block: Millennials

Start of Block: Hva er viktig for deg?

Q8 Hva er viktig for deg når du handler klær/sko/tilbehør?

(Svarskala fra 1 til 7 der 1 = ikke viktig og 7 = viktig)

Mulighet til å rast
og enkelt kunne
kontakte
servicepersonell til
en nettbutikk om
du lurer på noe
(f.eks. ringe eller
chatte) (12)

Mulighet til å finne
relevant
informasjon om
bedriften og deres
produkter på
internett (13)

Bruke
mobiltelefonen til å
finne informasjon
om bedrifter og
produkter (14)

Ha muligheten til å
velge om du vil
kjøpe en vare i
butikk eller
gjennom nettbutikk
(15)

At du kan handle
når som helst på
døgnet (16)

End of Block: Hva er viktig for deg?

Start of Block: Atferd

Q12 Hvor nyttig er det for deg om en klesbutikk tilbyr "click and collect". Det vil si at du kan bestille eller reservere varer på nett og deretter hente varene i butikk.

	1 (Ikke nyttig) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (Nyttig) (7)
Ja (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q13 Hvor nyttig er det for deg om en butikk tilbyr å bestille varer til å bli sendt hjem til deg dersom de er tom for varen i butikk?

	1 (Ikke nyttig) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (Nyttig) (7)
Ja (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q14 Bruker du internett til å finne informasjon om merkevarer/klær/sko/tilbehør ?

- Ja (1)
 - Nei (2)
-

Q15 Har det hendt at informasjon på internett har ført til at du har handlet hos en annen butikk/nettbutikk enn du i utgangspunktet hadde tenkt til å handle hos?

- Ja (1)
- Nei (2)

Q16 Er du villig til å kjøpe klær/sko/tilbehør gjennom mobiltelefonen hvis bedriften du ønsker å handle hos har tilrettelagt for mobiltilpasset innhold og en rask, trygg og enkel betalingsløsning?

Ja (1)

Nei (2)

Q17 Har du noen gang bestilt og betalt for klær/sko/tilbehør på internett gjennom mobiltelefonen?

Ja (1)

Nei (2)

Q18 Bruker du mobiltelefonen til å finne informasjon om klær/sko/tilbehør før du besøker en butikk/nettbutikk?

Ja (1)

Nei (2)

Q19 Bruker du mobiltelefonen til å finne informasjon om klær/sko/tilbehør samtidig som du handler i fysisk butikk?

Ja (1)

Nei (2)

Q20 Bruker du mobiltelefonen til å finne en butikk eller bedrift du har lyst til å besøke?

Ja (1)

Nei (2)

Q21 Pleier du å besøke en klesbutikk for å prøve et plagg, men velger å bestille det på internett istedenfor å kjøpe det i butikk?

Ja (1)

Nei (2)

Q22 Hvor sannsynlig er det at du vil handle hos en klesbutikk du er kjempefornøyd med, mer enn en gang?

	1 (Ikke sannsynlig) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (Veldig Sannsynlig) (7)
Click to write Statement 1 (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q23 Anser du seg selv som lojal mot butikker/nettbutikker som tilfredsstiller dine behov?

Ja (1)

Nei (2)

Q24 Ville du anbefalt en varehandelsbedrift du er veldig fornøyd med til familie/venner/bekjente?

Ja (1)

Nei (2)

Q25 Syntes du det er enkelt å kjøpe klær/sko/tilbehør på internett?

Ja (1)

Nei (2)

Q26 Ca. hvor mange dager er du villig til å vente før du mottar klær/sko/tilbehør bestilt på internett? (Skriv med tall, ikke bokstaver)

End of Block: Atferd

Start of Block: Atferd del 2

Q29 Har innhold i sosiale medier ført til at du har handlet klær/sko/tilbehør i nettbutikk eller fysisk butikk?

Ja (1)

Nei (2)

Q30 Hvilke sosiale medier benytter du for å se på innhold om mote/klær/sko/tilbehør? (Hvis ingen, ikke huk av)

Facebook (1)

Instagram (2)

Snapchat (3)

Twitter (4)

LinkedIn (5)

Youtube (6)

Pinterest (7)

Yelp (8)

Google+ (9)

Q35 Abonnerer du på nyhetsbrev fra noen av dine favoritt merkevarer/butikker?

Ja (1)

Nei (2)

Q36 Har innhold i et nyhetsbrev gjort at du har besøkt nettsiden til en bedrift?

Ja (1)

Nei (2)

Q37 Hvor sannsynlig er det at du ville kjøpt klær/sko/tilbehør på grunn av informasjon du har mottatt i et nyhetsbrev? (F.eks. informasjon om nye varekolleksjoner, kampanjer eller salg).

	1 (Ikke sannsynlig) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (Veldig sannsynlig) (7)
Click to write Statement 1 (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q38 Er du medlem av noen kundeklubber?

Ja (1)

Nei (2)

Q39 Hvor sannsynlig er det at du ville blitt medlem av kundeklubben til en av dine favoritt bedrifter, om det ga deg personlige fordeler som kunde?

	1 (Ikke sannsynlig) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (Veldig sannsynlig) (7)
1 (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Atferd del 2

Vedlegg 2

Verdiene fra spørreundersøkelsen oppsummert i tabulate

Tabulate		Cluster	
		1	2
Q1 - Utvalgsramme 1			
Ja		68	42
Q2 - Utvalgsramme 2			
Ja		68	42
Q3 - Tre aldersgrupper			
18-24		23	19
25-31		31	19
32-38		14	4
Q4 - Kjønn			
Kvinne		44	22
Mann		24	20
Q5 - Jobbsituasjon			
Arbeidsledig		7	4
Deltidsjobb		36	25
Fulltidsjobb		25	13
Q6 Arb.timer i mnd.	Mean	92,323529412	80,30952381
Q7 - Brutto årsinntekt	Mean	302415,705882	232119,047619
Q8_1 - Kvalitet	Mean	5,2647058824	5,0952380952
Q8_2 - Pris	Mean	5,0441176471	4,9761904762
Q8_3 - Passform	Mean	5,3529411765	5,2142857143
Q8_4 - Trender	Mean	4,3823529412	3,7619047619
Q8_5 - Utvalg	Mean	4,8088235294	4,0714285714
Q8_6 - Produkt info.	Mean	4,5588235294	3,4523809524
Q8_7 - Anbefalinger	Mean	4,0735294118	3,6428571429
Q8_8 - Butikkhandel 1	Mean	4,8235294118	4,5476190476
Q8_9 - Butikkhandel 2	Mean	4,5588235294	3,880952381
Q8_10 - Netthandel 1	Mean	5,2205882353	3,9761904762
Q8_11 - Netthandel 2	Mean	5,0882352941	4,5714285714
Q8_12 - Netthandel 3	Mean	4,9117647059	4,2380952381
Q8_13 - Internettsøk 1	Mean	5,1764705882	3,8571428571
Q8_14 - Internettsøk 2	Mean	5,0882352941	3,7142857143
Q8_15 - Fleksibilitet 1	Mean	4,8676470588	4,5714285714
Q8_16 - Fleksibilitet 2	Mean	4,4264705882	3,5
Q9_1 - Antall nettkjøp pr. år	Mean	13,088235294	5,8095238095
Q10_1 - Antall butikkjøp pr. år	Mean	17,661764706	11,166666667
Q11_1 - Lagerstatus	Mean	6,25	5,1428571429
Q12_1 - Click and collect	Mean	5,6176470588	3,9285714286
Q13_1 - Seek and send	Mean	5,8823529412	4,3333333333
Q14 - atferd - Informasjon på nett 1			
Ja		66	38
Nei		2	4
Q15 - Atferd - Informasjon på nett 2			
Ja		61	28
Nei		7	14
Q16 Atferd på mobil 1			
Ja		65	36
Nei		3	6
Q17 - Atferd på mobil 2			
Ja		57	25
Nei		11	17
Q18 - Atferd på mobil 3			
Ja		64	34
Nei		4	8

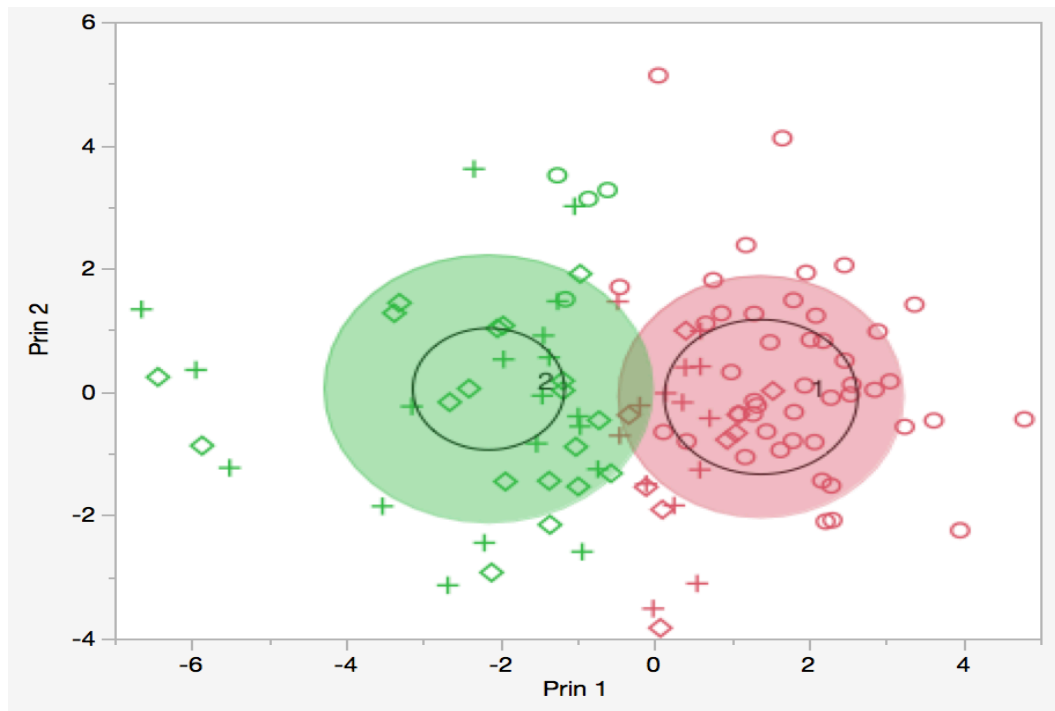
Q19 - Atferd på mobil 4			
Ja		50	27
Nei		18	15
Q20 - Atferd på mobil 5			
Ja		65	36
Nei		3	6
Q21 - Atferd v. showrooming			
Ja		25	9
Nei		43	33
Q22_1 - Sannsynlighet for gjenkjøp	Mean	6,5294117647	6,1904761905
Q23 - Atferd v. lojalitet 1			
Ja		61	33
Nei		7	9
Q24 - Atferd v. lojalitet 2			
Ja		66	42
Nei		2	0
Q25 - Atferd - Enkelt å handle på nett?			
Ja		64	35
Nei		4	7
Q26 - Maks ventetid (dager) v. netthandel	Mean	6,6176470588	7,2142857143
Q27 - Atferd - Bruk av sosiale medier 1			
Facebook,Instagram,Linkedin,Pinterest		0	0
Facebook,Instagram,Linkedin,Youtube,Pinterest		0	1
Facebook,Instagram,Snapchat		3	9
Facebook,Instagram,Snapchat,Google+		0	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin		5	2
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Pinterest		4	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube		12	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube,Google+		4	2
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube,Pinterest		1	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube,Pinterest,Google+		3	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube,Yelp,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Pinterest		3	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Pinterest,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin		0	3
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube		0	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube,Pinterest		4	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube,Pinterest,Google+		0	2
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube,Pinterest,Yelp,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Youtube,Google+		2	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Youtube,Pinterest,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Youtube		6	6
Facebook,Instagram,Snapchat,Youtube,Google+		4	2
Facebook,Instagram,Snapchat,Youtube,Pinterest		1	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Youtube,Pinterest,Yelp		1	0
Facebook,Instagram,Youtube		2	1
Facebook,Instagram,Youtube,Google+		1	0
Facebook,Linkedin,Youtube,Google+		1	0
Facebook,Snapchat		1	0
Facebook,Snapchat,Linkedin		0	1
Facebook,Snapchat,Linkedin,Youtube,Pinterest		1	0
Facebook,Snapchat,Twitter,Linkedin,Youtube		0	1
Facebook,Snapchat,Twitter,Youtube		1	0
Facebook,Snapchat,Youtube		0	2
Facebook,Twitter		0	1
Facebook,Twitter,Youtube		1	0
Facebook,Youtube,Google+		1	0
Facebook,Youtube,Pinterest		0	1
Instagram,Snapchat,Linkedin,Youtube		0	1

Q28_1 - Sannsynlighet følge s.medier	Mean	5,2941176471	4,3333333333
Q29 - Atferd - Bruk av sosiale medier 2			
Ja		61	29
Nei		7	13
Q30 - Atferd - Bruk av sosiale medier 3			
Facebook		3	3
Facebook,Google+		1	0
Facebook,Instagram		12	7
Facebook,Instagram,Google+		2	0
Facebook,Instagram,Linkedin		2	0
Facebook,Instagram,Snapchat		2	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Google+		0	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Pinterest,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Linkedin		1	0
Facebook,Instagram,Snapchat,Twitter,Youtube		0	1
Facebook,Instagram,Snapchat,Youtube,Google+		1	0
Facebook,Instagram,Youtube		3	1
Facebook,Snapchat,Twitter,Youtube		1	0
Facebook,Snapchat,Youtube		1	0
Facebook,Youtube		2	0
Google+		3	0
Instagram		17	11
Instagram,Google+		1	1
Instagram,Pinterest		3	3
Instagram,Snapchat		1	0
Instagram,Snapchat,Youtube		1	0
Instagram,Twitter,Youtube,Pinterest		1	0
Instagram,Youtube		6	1
Q31 - Personlig tilpasset reklame			
Ja		57	28
Nei		11	14
Q32_1 - Sannsynlighet - personlig tilbud			
Mean		5,6176470588	4,7380952381
Q33 - Atferd - App 1			
Ja		56	20
Nei		12	22
Q34_1 - Laste ned app			
Mean		5,5441176471	3,9285714286
Q35 - Atferd - Nyhetsbrev 1			
Ja		57	28
Nei		11	14
Q36 - Atferd - Nyhetsbrev 2			
Ja		58	29
Nei		10	13
Q37_1 - Sannsynlighet kjøp v. nyhetsbrev			
Mean		4,7647058824	3,8571428571
Q38 - Atferd - Kundeklubb			
Ja		60	31
Nei		8	11
Q39_1 - Sannsynlighet kundeklubb			
Mean		6,4558823529	5,0476190476

21 rows have been excluded.

Vedlegg 3

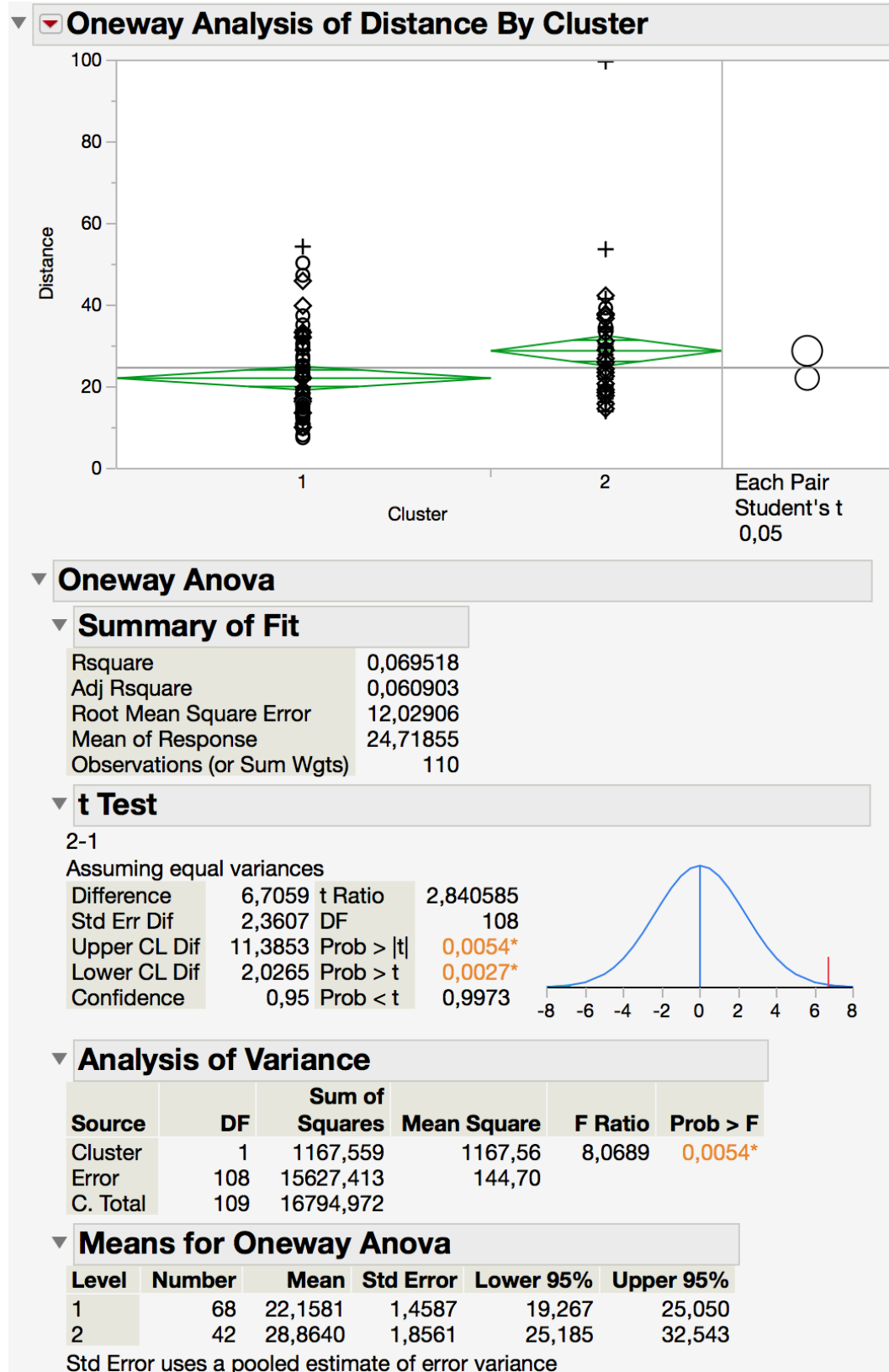
Cluster analysen



		Cluster	
		1	2
Q8_1 - Kvalitet	Mean	5,2647058824	5,0952380952
Q8_2 - Pris	Mean	5,0441176471	4,9761904762
Q8_3 - Passform	Mean	5,3529411765	5,2142857143
Q8_4 - Trender	Mean	4,3823529412	3,7619047619
Q8_5 - Utvalg	Mean	4,8088235294	4,0714285714
Q8_6 - Produkt info.	Mean	4,5588235294	3,4523809524
Q8_7 - Anbefalinger	Mean	4,0735294118	3,6428571429
Q8_8 - Butikkhandel 1	Mean	4,8235294118	4,5476190476
Q8_9 - Butikkhandel 2	Mean	4,5588235294	3,880952381
Q8_10 - Netthandel 1	Mean	5,2205882353	3,9761904762
Q8_11 - Netthandel 2	Mean	5,0882352941	4,5714285714
Q8_12 - Netthandel 3	Mean	4,9117647059	4,2380952381
Q8_13 - Internetsøk 1	Mean	5,1764705882	3,8571428571
Q8_14 - Internetsøk 2	Mean	5,0882352941	3,7142857143
Q8_15 - Fleksibilitet 1	Mean	4,8676470588	4,5714285714
Q8_16 - Fleksibilitet 2	Mean	4,4264705882	3,5
Q9_1 - Antall nettkjøp pr. år	Mean	13,088235294	5,8095238095
Q10_1 - Antall butikkjøp pr. år	Mean	17,661764706	11,166666667
Q11_1 - Lagerstatus	Mean	6,25	5,1428571429
Q12_1 - Click and collect	Mean	5,6176470588	3,9285714286
Q13_1 - Seek and send	Mean	5,8823529412	4,3333333333
Q22_1 - Sannsynlighet for gjenkjøp	Mean	6,5294117647	6,1904761905
Q26 - Maks ventetid (dager) v. netthandel	Mean	6,6176470588	7,2142857143
Q28_1 - Sannsynlighet følge s.medier	Mean	5,2941176471	4,3333333333
Q32_1 - Sannsynlighet - personlig tilbud	Mean	5,6176470588	4,7380952381
Q34_1 - Laste ned app	Mean	5,5441176471	3,9285714286
Q37_1 - Sannsynlighet kjøp v. nyhetsbrev	Mean	4,7647058824	3,8571428571
Q39_1 - Sannsynlighet kundeklubb	Mean	6,4558823529	5,0476190476

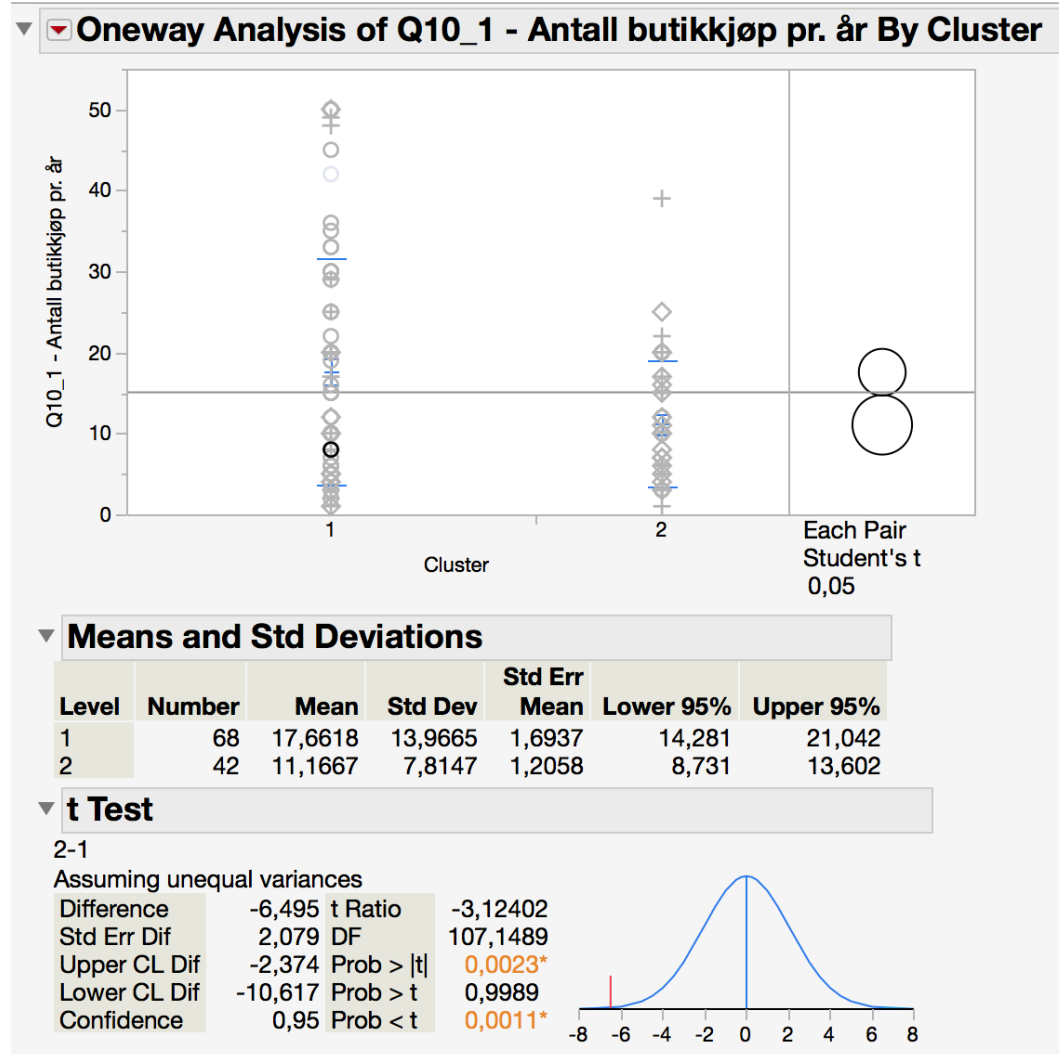
Vedlegg 4

Anova analyse av clustrene

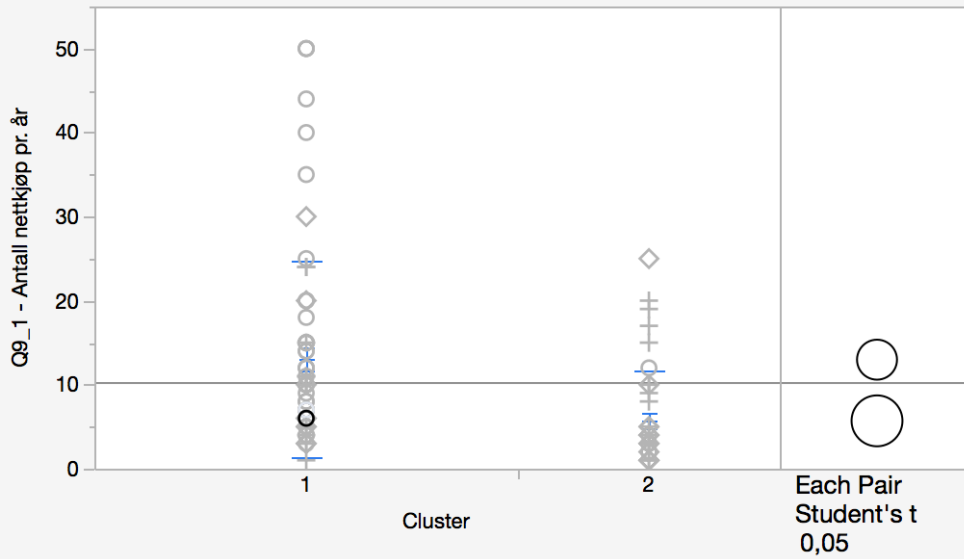


Vedlegg 5

Tosidig t-test for butikkhandel og for netthandel



▼ **Oneway Analysis of Q9_1 - Antall nettkjøp pr. år By Cluster**



▼ **Means and Std Deviations**

Level	Number	Mean	Std Dev	Std Err Mean	Lower 95%	Upper 95%
1	68	13,0882	11,7228	1,4216	10,251	15,926
2	42	5,8095	5,8026	0,8954	4,001	7,618

▼ **t Test**

2-1

Assuming unequal variances

Difference	-7,279	t Ratio	-4,33239
Std Err Dif	1,680	DF	103,9643
Upper CL Dif	-3,947	Prob > t	<,0001*
Lower CL Dif	-10,610	Prob > t	1,0000
Confidence	0,95	Prob < t	<,0001*

