

– Vi er best i landet på kundeservice

Anton Sport er ikke blant de største i sportsbransjen, men hevder seg likevel gjennom kontinuerlig vekst i omsetning og resultat. Daglig leder Morten Borgersen mener forklaringen ligger i at de er best på kundeservice.

Morten Borgersen har vært i sportsbransjen i 32 år. De siste årene har det vært både opp- og nedture i bransjen, og i år hvor det har vært dårlige vintre har de største kjedene hatt blodrøde tall.

– Vi har derimot hatt vekst på topp- og bunnlinja hvert år siden 2015, sier Borgersen til Retailmagasinet.

Siden det året har alle piler pekt oppover for Anton Sport. Hvert år har de satt ny all time high på omsetning, resultat og ambassadørgrad. 20. november rundet kjeden rundet 700 millioner



i omsetning, og siden 2016 har de hatt et driftsresultat på mellom 17 og 30 millioner.

De har hatt 70% omsetningsvekst siden 2017, eller 50% hvis man ser på sammenlignbare butikker. Ergo har de gjort det klart bedre enn bransjegenomsnittet.

De betydelige overskuddene er i sin helhet brukt på nye butikker og å oppgradere samtlige.

– Vi reinvesterer alt i videreutvikling av kjeden. Vi skal ha strøkne butikker, de mest strøkne i Europa, sier Borgersen ubeskjedent.

Høye ambisjoner

Anton Sport satser ikke bare på å utvikle lokalene, men også de ansatte. Allerede i 2012 tok de i bruk treningsverktøyet Maze, først som testpilot.

Maze hjelper Anton Sport med å få kontinuerlige tilbakemeldinger fra kunder som har vært i butikkene. Kundene får seks spørsmål, deriblant om velkomsten i butikken og om det var en hyggelig avslutning på kundemøtet. Det beregnes så en totalscore som er ambassadørgraden.

– Vi er ordentlig gode på service. Mange år med god jobbing på kundeservice bærer frukter, konstaterer Borgersen fornøyd.

Han mener at de har et forsprang på de andre kjedene.

Kjeden har gått fra 60 til 85% i ambassadørgrad, noe som er svært høyt i norsk retail.

Borgersen er likevel ikke helt fornøyd og har som ambisjon å få den viktige KPI'en helt opp i 90. Det er en svært ambisiøs målsetting, særlig siden det i sportsbransjen stilles høyere krav til fagkunnskap enn i mange andre bransjer i retail.

Flittig brukt verktøy

Anton Sport får årlig 30.000 tilbakemeldinger fra kundene gjennom Maze.

Butikksjef Espen Udjus på Anton Sport Bekkestua bruker Maze jevnlig.



Daglig leder Morten Borgersen mener at hovedforklaringen på Anton Sports positive utvikling er deres kundeservice.

– Jeg leser hver eneste en, sier Anton Sport-sjefen.

Han poengterer at det er viktig at hele organisasjonen bruker verktøyet, fra øverst til nederst. Ingen andre kjeder har en så stor andel av de ansatte som bruker Maze aktivt som Anton Sport, hevder Borgersen.

Alle ansatte bruker appen.

– Den brukes flittig. Vi ser at noen bruker den i helgen også, noe som viser hvor dedikerte våre ansatte er. De blir oppriktig lei seg hver gang det kommer opp et rødt ansikt i appen, sier Borgersen med et smil.

Det er egen varsling for røde ansikter som representerer kunder som ikke er fornøyd. Borgersen sier at det heldigvis ikke skjer så ofte, og at de da kontakter kunden.

– Jeg liker å jobbe i en bransje hvor man ser umiddelbare resultater når man gjennomfører tiltak. Det er fascinerende å se hvordan selv små endringer i



selgerens atferd slår positivt ut. Det gir utslag i ambassadørgraden som beregnes i Maze, sier Anton Sport-sjefen.

Som et konkret eksempel nevner han at de er blitt 20 prosent bedre på behovsdekning de siste ni månedene.

Hensikten er utvikling

Morten Borgersen mener at det var et vendepunkt da de tok i bruk verktøyet. Fra da av har de fått harde fakta om nivået på kundeservicen gjennom konkrete tilbakemeldinger fra kunder. Før den tid gikk det mest i antagelser.

– Vi hadde en antagelse om at vi var allright på service, men vi vil ha fakta. Det har vi nå, sier Borgersen.

Han understreker at Maze ikke brukes til å henge ut eller straffe noen.

– Vi er som en stor familie, og vi er vinnere. Det er ikke morsomt å være den butikken med lavest ambassadørgrad. Men hensikten er utelukkende utvikling. Vi vil finne ut hvor skoen trykker og gjøre noe med det, sier Morten Borgersen.

NILS VANEBO

Ikke størst, men best

Anton Sport har 400 ansatte og er medlem av Sport1-kjeden. Morselskapet Mobo Holding eies av Bjørn Rune Gjelsten med 70% og Morten Borgersen med 20%. Sport1 kjøpte seg inn i 2015. Kjeden består av 16 Anton Sport-butikker, samt Milsluker'n (som ble kjøpt i fjor) og to Sportsnett-butikker. Alle butikkene er beliggende i Stor-Oslo.

Morten Borgersen mener at Nord-Europas råeste outdoor-butikk er Sportsnett på CC Vest med klatrevegg og vindtunnel hvor kundene kan teste ut produktene.

Målet er ikke bli størst i bransjen.

– Men vi skal bli best, og vi skal lage Europas råeste sportskjede, kunngjør Borgersen.

Sømløst samspill mellom butikk og nettbutikk, kundeservice samt kundeklubb og lojalitet er nøkkelen. De har 200.000 medlemmer i kundeklubben.

Økende konkurranse fra netthandel holder ikke Morten Borgersen våken om natten.

– Vi er mindre utsatt. Våre kunder ønsker kvalitet, service og nyheter. Vi selger dyre kvalitetsvarer som kunder vil se på og prøve før de kjøper. Når vi i tillegg har så god kundeservice, demmer vi opp for netthandelen.

De legger vekt på å tilby kunden riktig produkt, ikke å booste omsetningen mest mulig. Slikt gir lojale kunder.

– Anton Sport har den høyeste kundelojaliteten i bransjen. Dokumentasjon på det har vi fra leverandørene, sier Morten Borgersen.