



2014-03-26 14:00 CET

SkiStar AB: SkiStar tar steget mot nya affärer och storsatsar på e-handel inom fjällsport

Med 10 miljoner besök årligen på skistar.com och över en miljon aktiva kundkontakter tar SkiStar nu steget mot nya affärer. SkiStar väljer att utveckla e-handel inom fjällsport med huvudfokus på alpin skidåkning, 100 procent integrerat i det befintliga bokningsflödet på skistar.com. Skistarshop.com kommer att vara en onlinebutik med marknadens starkaste varumärken. Lanseringen är planerad till hösten 2014 och kompletteras av befintliga butiker och en flagship store i Sälen.

SkiStars satsning är unik i sitt sammanhang då ingen annan operatör inom resebranschen gjort detta tidigare. Genom en befintlig relevant kunddatabas och redan höga besökssiffror på skistar.com har SkiStar goda förutsättningar att bli en tung aktör på marknaden. Integration av försäljning av sportartiklar anpassade för fjällsemestern redan i bokningsflödet skapar mervärden, enkelhet och relevans för gästen.

”Det här är en utveckling som ytterligare kommer att stärka SkiStars varumärke och samtidigt öka gästnyttan. Vi tar one stop shopping till nästa nivå genom att gästen vid bokning av sin semester direkt kan koppla på relevanta produkter som behövs under fjällsemestern. Att e-handeln är 100 procent integrerad i bokningen skapar dessutom helt nya möjligheter för våra gäster”, säger Mats Årjes, VD SkiStar AB.

SkiStars nya affärsutveckling inom e-handel med onlinebutik är kopplad till begreppet fjällsport. Detta innebär kläder och utrustning anpassad för fjällmiljö vinter som sommar med huvudfokus på alpin skidåkning. Gäster som besöker skistar.com kan enkelt addera de produkter som behövs under fjällsemestern till sina bokningar. Beställningen levereras sedan direkt till det bokade fjällboendet. En service och smidighet ytterst få kan matcha. Gästen kan även välja att hämta ut sin beställning i någon av SkiStars dryga tjugotal butiker och skidshopar på plats och därigenom direkt få hjälp med inställningar av exempelvis bindningar. Givetvis kan man även få sin beställning levererad hem.

”Med 10 miljoner besök årligen på skistar.com och över en miljon aktiva kundkontakter rakt in i målgruppen blir vår marknadsföring mycket kostnadseffektiv.”, säger Mathias Lindström, marknads & försäljningsdirektör SkiStar AB.

SkiStar riskerar därmed inte att drabbas av stora och till viss del oväntade kostnader för marknadsföring. Ett problem många e-handelsföretag brottas med eftersom de tvingas köpa trafik till sina sajter.

Som ett led i en multikanalstrategi öppnar SkiStar dessutom i höst en flagship store på Sälkfjällstorget i Sälen. Den kommer att komplettera redan befintliga butiker på SkiStars resmål i Sverige och Norge.

”Vi ska finnas där våra gäster befinner sig. För att ha högsta möjliga närvaro på marknaden arbetar vi därför simultant online och offline”, fortsätter Lindström.

SkiStars nya satsning har tagits väl emot av branschen. Stort intresse har visats av de mest kända varumärkena inom fjällkonfektion och samarbeten har redan inletts.

”SkiStars satsning på e-handel inom fjällsport är en välkommen nyhet i branschen. Deras tradition och kunskap inom området tillsammans med en stor kunddatabas bäddar för succé. Vi ser fram emot att vara en del av denna spännande utveckling”, säger Stefan Engström, global brand director J. Lindeberg.

I samband med utvecklingen av skistarshop.com presenterar SkiStar ett nytt lojalitetssystem genom MySkiStar. Gratistjänsten MySkiStar har på kort tid blivit mycket populär bland SkiStars gäster som nu får ta del av ytterligare mervärden. Genom medlemskap i MySkiStar genererar nämligen samtliga onlineinköp bonuspoäng som sedan kan användas på skistar.com och skistarshop.com.

”Strategin med utvecklingen av MySkiStar är att våra gäster ska premieras. Valet att knyta samman lojalitetssystemet med skistarshop.com kommer definitivt att gynna gästerna”, säger Mathias Lindström.

SkiStars långa historia och kunskap om fjällvärlden borgar för kvalitet. Fjällsport är något SkiStars medarbetare lever med året runt och målet är att bli marknadsledande även inom detta område. Både i butiker på plats på resmålen och via den integrerade e-handeln.

”Vi kommer att erbjuda marknadens starkaste varumärken inom fjällsport. Våra butiker har högt renommé och vi kan stoltsera med fjällvärdens kunnigaste medarbetare både när det gäller konfektion och hårdvara. Vi är experter på området och utbudet testas dagligen i sitt rätta element. Vi lever med fjällsport 365 dagar om året, det är inte ett jobb det är en livsstil”, avslutar Lindström.

För mer information:

Mathias Lindström, marknads- & försäljningsdirektör SkiStar AB

Mobil: +46 76-125 62 92

E-post: ml@skistar.com

Kort om SkiStar:

[SkiStar AB \(publ\)](#), vars B-aktier är noterade på Nasdaq OMX Mid Cap Stockholm, äger och driver skidanläggningar på alpindestinationerna [Sälen](#), [Åre](#) och [Vemdalen](#) i Sverige samt [Hemsedal](#) och [Trysil](#) i Norge samt [Hammarbybacken](#) i Stockholm. Marknadsandelen är i Sverige 49 %, i Norge 28 % och totalt i Skandinavien 39 %. Kärnverksamheten är alpin skidåkning med gästens skidupplevelse i centrum. Övriga verksamheter är logiförmedling, skidskola och skiduthyrning.

Kontaktpersoner



Åsa Bergendorf

Presskontakt

press@skistar.com

+46 76 765 09 65