



UTVECKLAR. "Den nya digitala tekniken skapar nya affärsmöjligheter", säger Jenny Ohlin Olausson, vars företag Etendo hjälper företag att utveckla sin marknadsföring på nätet.

FOTO: FILIP ERLIND

Med näsa för nätet

Etendo hjälper e-handeln att hitta rätt i sin marknadsföring

NORRKÖPING

Från dejting och sociala medier till e-handel.

Jenny Ohlin Olausson har byggt upp sin karriär på nätet.

Nu ska hennes nya bolag Etendo hjälpa e-handlare att utveckla och digitalisera sin marknadsföring.

Jenny Ohlin Olausson nosar upp nya, heta framtidsmarknader. När nätdejtingen var i sin vagga ledde hon den operativa verksamheten på E-kontakt.

När sociala medier var på frammarsch arbetade hon som vd på Solid Publication, en av de första sociala byrå-

erna i Sverige. Att hon nu, tillsammans med maken Jan Olausson, satsar på e-handel med nystartade Etendo är en naturlig följdverkan.

"Vardagen digitaliseras och e-handeln blir allt större. Det är en utveckling som har pågått under ett antal år. Allt fler fysiska butiker öppnar

webbutiker i dag. Samtidigt satsar tillverkare, distributörer och importörer på skräddarsydda webbutiker till sina återförsäljare som en förlängning av telefon- och mejlbeställningar."

Bistår e-handlare

Etendo har specialiserat sig på att bistå e-handlare med utveckling och reklambyrå-tjänster – främst social och digital marknadsföring.

"Vi ser det som vår uppgift att hjälpa kunderna att skapa digitala handelsplatser, lyfta fram butikens sortiment samt öka trafik och försäljning", säger Jenny Ohlin Olausson.

Hon pekar på en trend där tryckta medier tappar mark-

och öppnar nya dörrar för de digitala mediekategorierna.

"Fördelen med digitala medier är att allting kan mätas exakt. Med exakta siffror får beslutsfattarna bättre beslutsunderlag och man kan därmed optimera sin marknadsföring för att nå rätt målgrupp så effektivt som möjligt."

Östergötland är företagets huvudmarknad, med kunder som Returpack, Linköping City Airport, Lärande i Sverige, Mister Minit och Packoplock Scandinavia.

Omsättningsprognosen under det första verksamhetsåret är 4 miljoner kronor men ska öka 2015, även om konkurrensen är tuff i en reklambransch som står inför en

snabbt skiftande marknad.

"Det finns ett behov av att tänka annorlunda och nytt. Många av de traditionella reklam- och webbyråerna har halkat efter och har ingen eller mycket liten erfarenhet av e-handel och kunskaper inom sociala medier och dess stora potential som marknadskanal", menar Jenny Ohlin Olausson.

Gäller att haka på snabbt

"Ofta ligger framgångsreceptet för stark tillväxt i att ägarna har drivkrafter utöver den vanliga. Man tänker på ett annorlunda sätt och kräver snabbare resultat än många andra företag."

Hon säger sig "gilla utmaningar" och försöker hela

tiden hålla sig uppdaterad med vad marknaden efterfrågar.

"Ny teknik skapar helt nya digitala affärsmöjligheter och förändrar marknaden och kundernas beteende i en rasande fart. Då gäller det att snabbt haka på de nya marknadskanalerna och trenderna. Det handlar om anpassning och snabbhet, inte styrka och storlek, samt att ha modet att göra något som inga andra gör."

HENRIK LENNGREN



henrik.lenngren@di.se

070-891 98 06

Di Fakta

Jenny Ohlin Olausson om...

☀️ Då var det som bäst: "Den 1 januari 2014, när vi startade upp Etendo och flyttade in i våra nya fina lokaler på Drottninggatan i centrala Norrköping."

☁️ Då var det tungt: "När vi valde att avsluta våra engagemang i tidigare bolag för att kunna satsa på Etendo. Det tog tid och energi innan allt var på plats."

📱 Så blåser vinden i branschen: "E-handeln kommer att fortsätta växa och efterfrågan av e-handelslösningar i open source, öppna källor, är större än någonsin. Mobil e-handel kommer också att öka kraftigt."



Di Fakta

Etendo Sverige

- **Verksamhetsort:** Norrköping.
- **Omsättningsprognos, 2014:** 4 Mkr.
- **Resultat efter finansnetto, prognos 2014:** 0,5 Mkr.
- **Ägare:** Jenny Ohlin Olausson och Jan Olausson.
- **Anställda:** 6.