

Pressmeddelande, Borås 4 december 2020

ELLOS GROUP SLÅR BESÖKS- OCH FÖRSÄLJNINGSREKORD UNDER BLACK WEEK

Årets Black Week resulterade i flera nya rekord för Ellos Group. Försäljning och antal besök ökade kraftigt för samtliga varumärken jämfört med föregående år. Över 100 000 nya kunder välkomnades under Black Week och sammantaget hade Ellos Group mer än 8 miljoner besök. Detta är ett tydligt kvitto på att bolagets attraktiva erbjudanden och shoppingupplevelse online uppskattas av kunderna.

Årets Black Week var mycket framgångsrik för Ellos Group som slog flera besöks- och försäljningsrekord. Samtliga varumärken nådde nya nivåer under Black Week, vilket visar på stor köpkraft och att kunderna sprider ut e-handlandet under veckan. Samtidigt var aktiviteten under Black Friday mycket hög. Exempelvis hade Ellos cirka 5,2 miljoner besök under Black Week med en besökstopp under fredagen på 800 000 besök.

Försäljningen för Ellos Group ökade med nära 50 procent jämfört med Black Week föregående år, vilket också överträffar branschens tillväxt. För Ellos var ökningen 46 procent, för Jotex 53 procent, Stayhard 28 procent och för Homeroom hela 166 procent. Heminredning fortsätter att vara det segment som växer mest, med en tillväxt på över 75 procent jämfört med tidigare år. Även skönhet och hälsa hade en tillväxt på över 75 procent. Utvecklingen ligger helt i linje med det köpmönster som Ellos Group har sett under året. Med en stark inledning av fjärde kvartalet i oktober och november är Ellos Group väl positionerat för helåret 2020.

- Ellos Group har överträffat våra egna förväntningar med en rekordstor försäljning, tillväxt och högre marginaler under hela Black Week. Att alla våra varumärken står bakom tillväxten och försäljningsrekorden är extra glädjande. Enligt vår bedömning är denna fantastiska anstormning av kunder unik på marknaden. Våra kunder visar tydligt att de uppskattar våra erbjudanden och vill vara en del av upplevelsen hos oss, vilket är den bästa belöningen som Ellos Group kan få. Den strukturförändring av marknaden som vi sett en längre tid där kunderna i allt högre grad väljer att handla online istället för i den fysiska butiken har accelererat. Denna trend gynnar helt klart Ellos Group och vi har en positiv syn på årets fortsatta försäljningstillväxt, säger Hans Ohlsson, VD Ellos Group.

Under veckan sålde Ellos Group som mest 3 produkter per sekund under en timme. Som mest hanterades över 4 000 kundordrar under en timme och drygt 20 000 samtidiga besökare. Bakom framgångarna står alla dedikerade medarbetare. Ytterligare en viktig förklaring är de betydande satsningar inom IT och logistik som Ellos Group gjort för att skapa en smidig, personlig och enkel shoppingupplevelse online.

Årets rekordnivåer under Black Week visar att Ellos Group har en portfölj av ledande varumärken och ett marknadsledande erbjudande inom mode- och heminredning. Detta erbjudande tar nu Ellos Group ut i Europa. Nyligen lanserades Jotex.de och erbjudandet togs väldigt väl emot av de tyska kunderna.

För mer information:

Hans Ohlsson, VD Ellos Group

Tel. +46 (0)33 16 08 05

Denna information är sådan information som FNG Nordic AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 4 december 2020 kl 11:00 CEST.

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är Nordens ledande e-handelsgrupp med e-handelsplatserna Ellos, Jotex, Stayhard och Homeroom. I nära relation med våra miljontals kunder strävar vi ständigt efter att utveckla och erbjuda attraktiva och hållbara erbjudanden inom mode och hemprodukter för hela familjen. För oss är kunden alltid i fokus. Med innovation, kreativitet och hållbarhet söker vi ständigt nya vägar i stort och smått. Ellos Group, med huvudkontor i Borås, är verksamt i samtliga nordiska länder.
www.ellosgroup.com