

Välkommen till kapitalmarknadsträff 23/5 2012

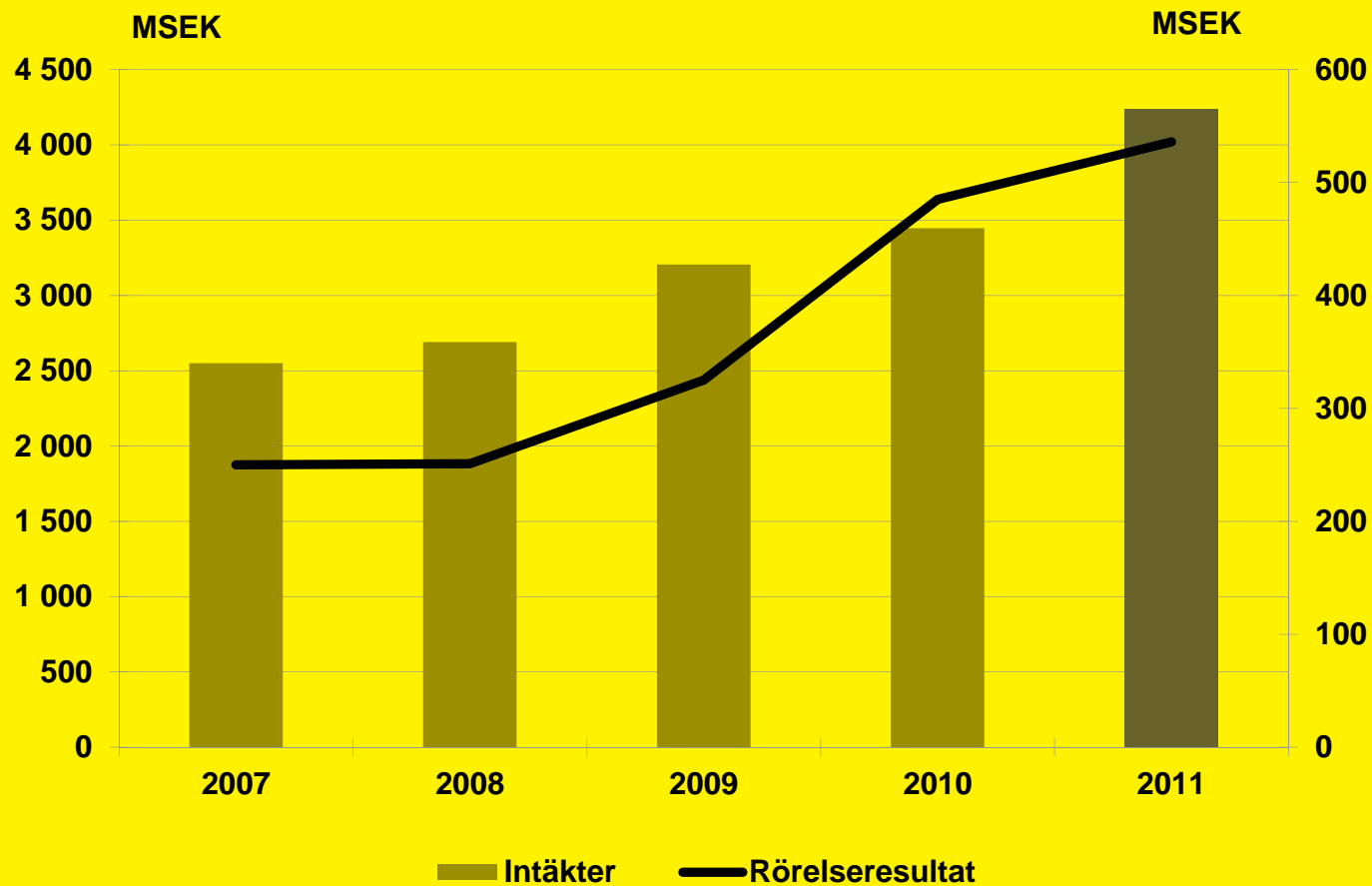


Meca Jaaja!



Finansiell utveckling

Intäkter och rörelseresultat



Om 5 år skall
50%
av vår vinst
komma från
nya affärer



**Nya
affärer**

Helhetslösningar - framtiden



Helhetslösningar - framtiden



Mekonomen - Bilglas

- Nytt segment som stödjer helthetserbudandet; Mekonomen Bilglas
- Stor marknad; 1 Mdr per år, hög lönsamhet
- Konkurrens från bilglasmästerier och märkesbundna verkstäder
- Försäkringsfinansiering står för huvuddel av omsättningen
- Stabil tillväxt varje år
- Tekniskt mer krävande byten



Möjligheter

- Utveckla helhetserbudandet ytterligare
- One-stop shopping för kunden
- Högsta möjliga tillgänglighet
- Breddning av Fleeterbudandet
- Möjlighet till korsförsäljning
- Vidare uttrullning övriga marknader



Mekonomen - Bilglas

Nu har vi även bilglas!

Mekonomen Bilglas



Mekonomen försäkring

- Mekonomen bil- och hemförsäkring
- Ökad dialog
- Mekonomen Assistans
- Glas- och reparation till Mekonomens verkstäder



E-handel på
mekonomen.se

Därför satsar vi på e-handel

- **Finns där kunderna finns**
- **Stort intresse för att köpa biltillbehör och reservdelar på nätet**
- **Attrahera nya kunder**



Mål med e-handeln

Ge våra kunder ett *enklare BilLiv*

*Vi ska vara den största e-handels-
siten för reservdelar
och biltillbehör på den Nordiska
marknaden inom 2 år.*



VÅGA
TÄNKÄ
NYTT!



UPPSTARTEN





MÅLGRUPP - LIVSSTIL

Småbarnsföräldern

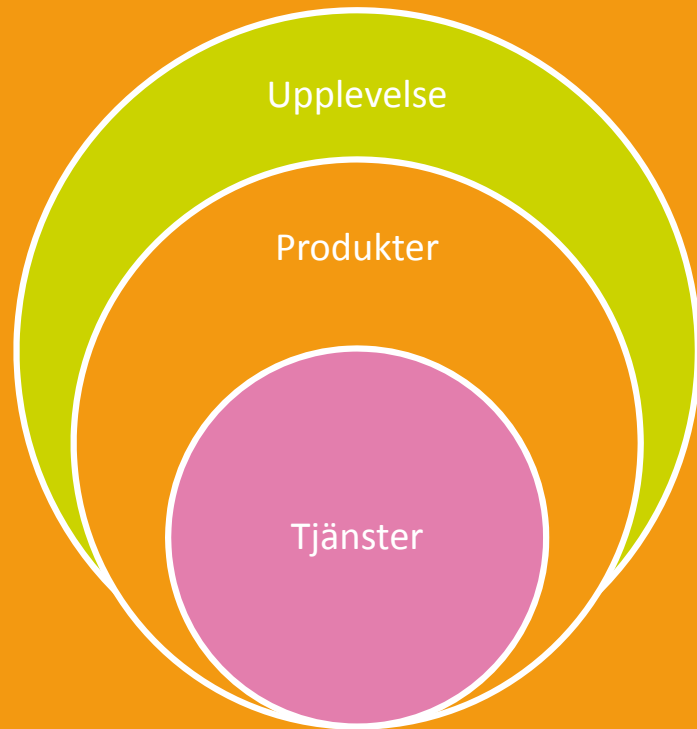
Den kräsna kunden

Osäkra bilföraren

Shoppingälskaren



KUNDERBJUDANDE



ETT KONCEPT RÄTT I TIDEN

ÅRETS BUTIK 2011
ÅRETS BUTIK 2011
market
 *stora*
**detalj
handels
dagen**

Vinnare

Årets satsning för
ökad kundservice

M by Mekonomen

RETAIL
Awards 2012

DagensHandel SVENSK
HÄNDEL



FRAMTID

- 70 % av kunderna är kvinnor
- Högst konsumentförsäljning per kvadratmeter
- 4 nya enheter



Marint

Här finns vi

- 40 Mekonomenbutiker
- 5 Marinshopen





Fakta -BåtLivet

- Vanligaste båten (32%) -10 hk utan övernattningsmöjlighet.
- 25,7% av fritidsbåtarna är byggda tidigare än 1980, endast 16,5% är byggda efter 2001.
- Genomsnittsålder på en Svensk båtmotor är 21 år

Marin eftermarknad aktörer

- Generalagenter/Motortillverkare/Reservdelar

- Volvo Penta
- Brunswick
- Yamaha
- Suzuki (KG Knutsson)
- Honda

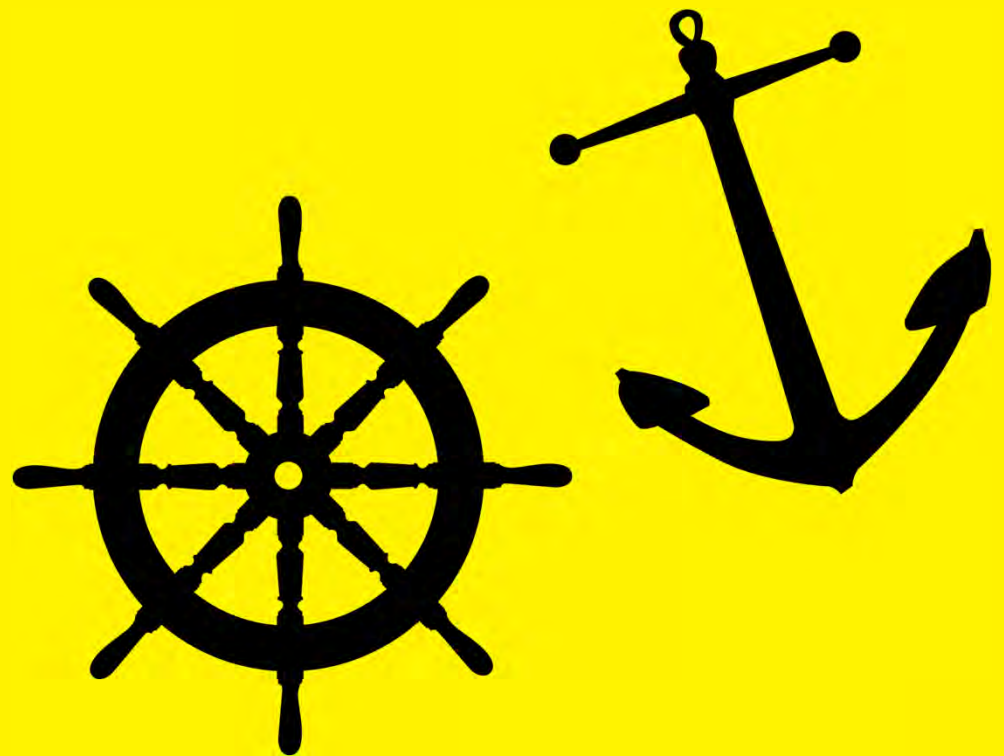
- Tillbehör

- Watski
- Erlandssons Brygga
- Sea/Sea Byggplast
- Hjertmans
- Biltema

- Båtaåterförsäljare/verkstad

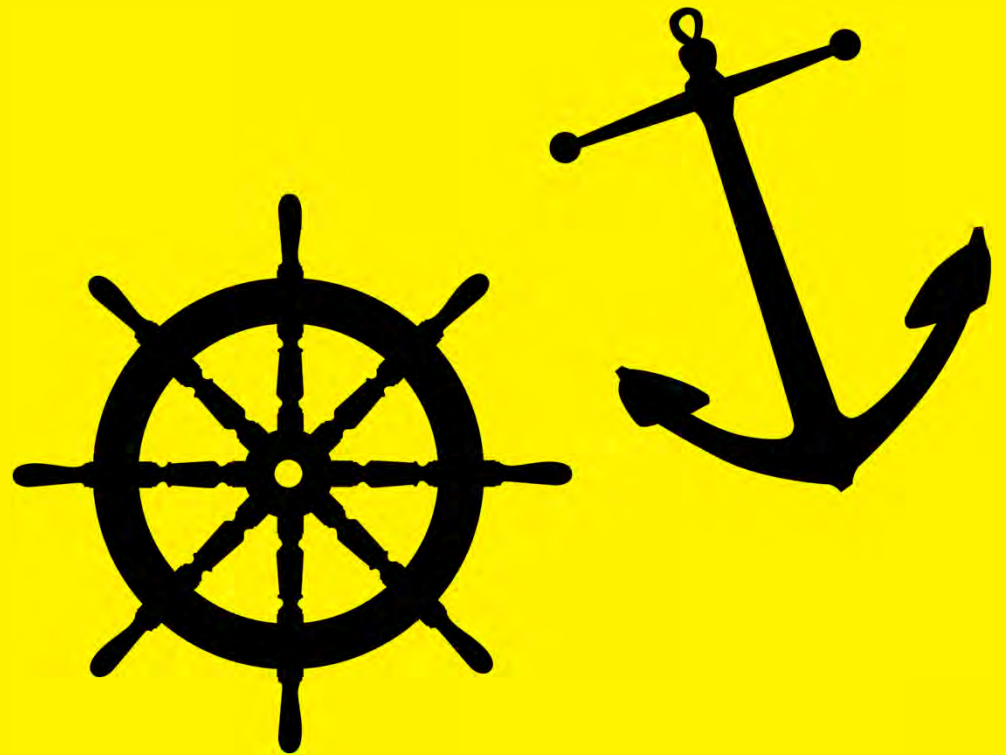
- Huges Marina
- Marindepån
- Pampas Marina

- 700-800 lokala båtvarv



Trender på marknaden

- Kunderna efterfrågar ett bekvämare båtliv
- Större båtar
- "Gör-det-självarna" minskar
- Sjunkande efterfrågan på nya båtar
- Kvinnorna vill in på marknaden



Vad gör vi på marknaden 2012

- Lanserar 4 nya Marinshoppar i fullserviceanläggningar tillsammans med Huges Marina
- Lanserar ett och samma sortiment i ett 40 tal Mekonomenbutiker i Sverige
- Mekonomen Sailing Team.
- Ny distributionsmodell



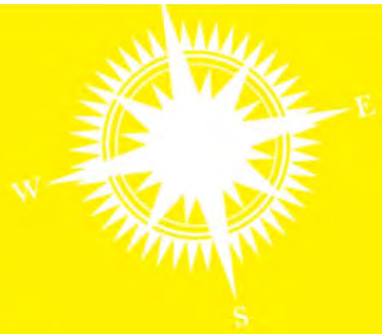


"Bilverkstadsmodellen"

Framtid

- Vi vill skapa förutsättningar för ett enklare båtliv
- Öka tillgängligheten av service och reparationshjälp
- Nå nya målgrupper, ex kvinnor





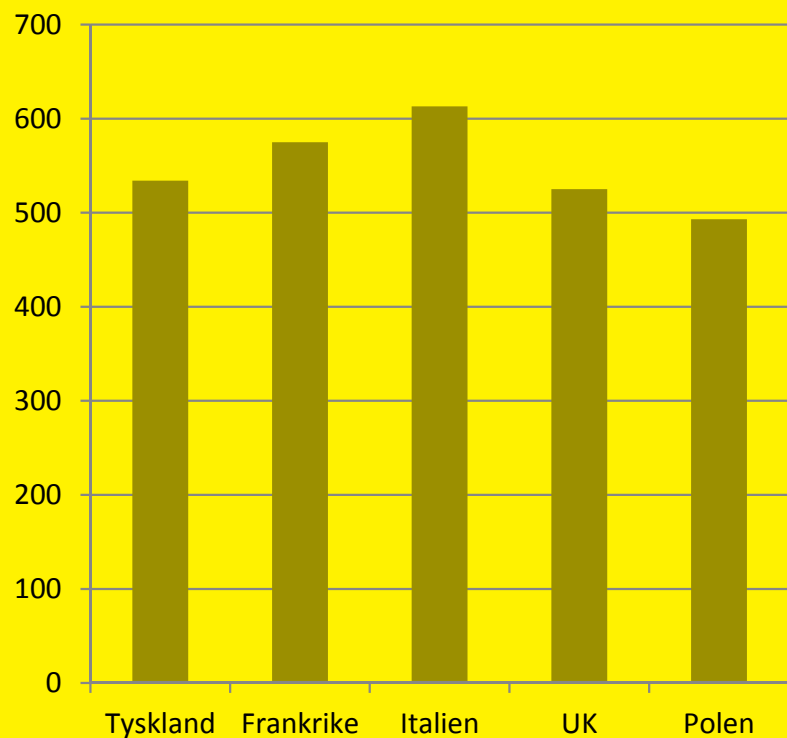
Utblick Europa

Beskrivning av några utvalda länder





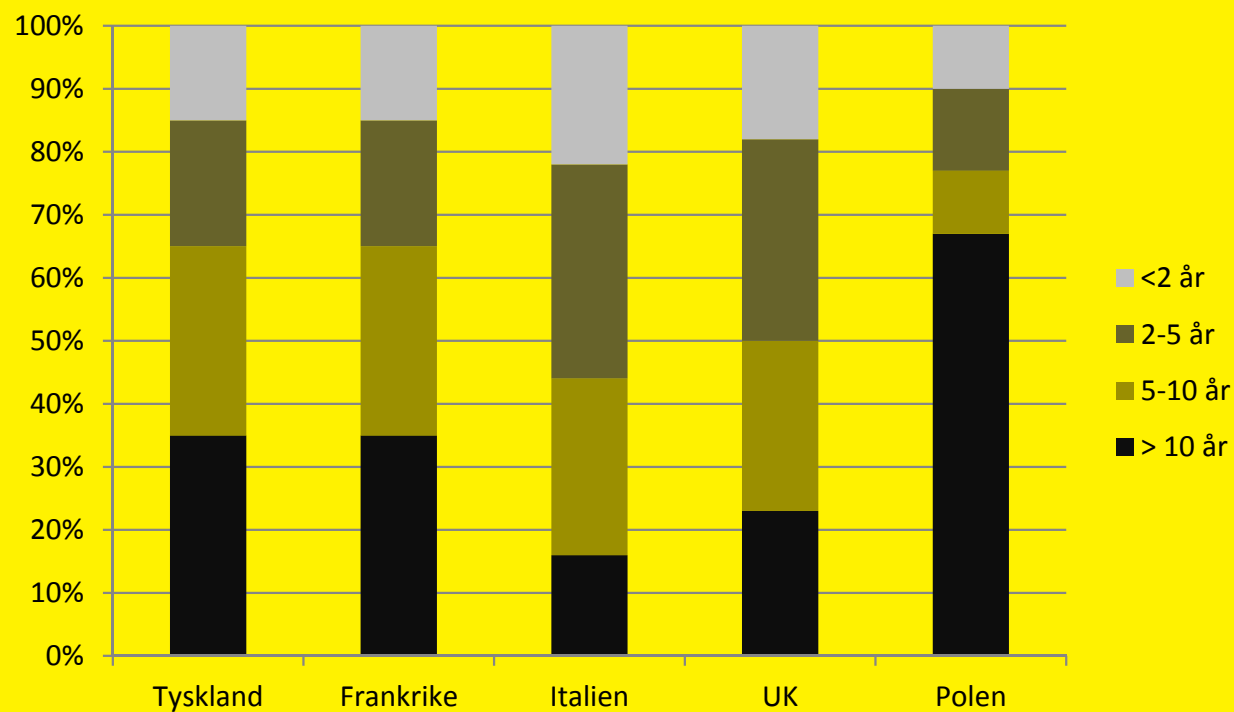
Antal bilar per 1000 invånare



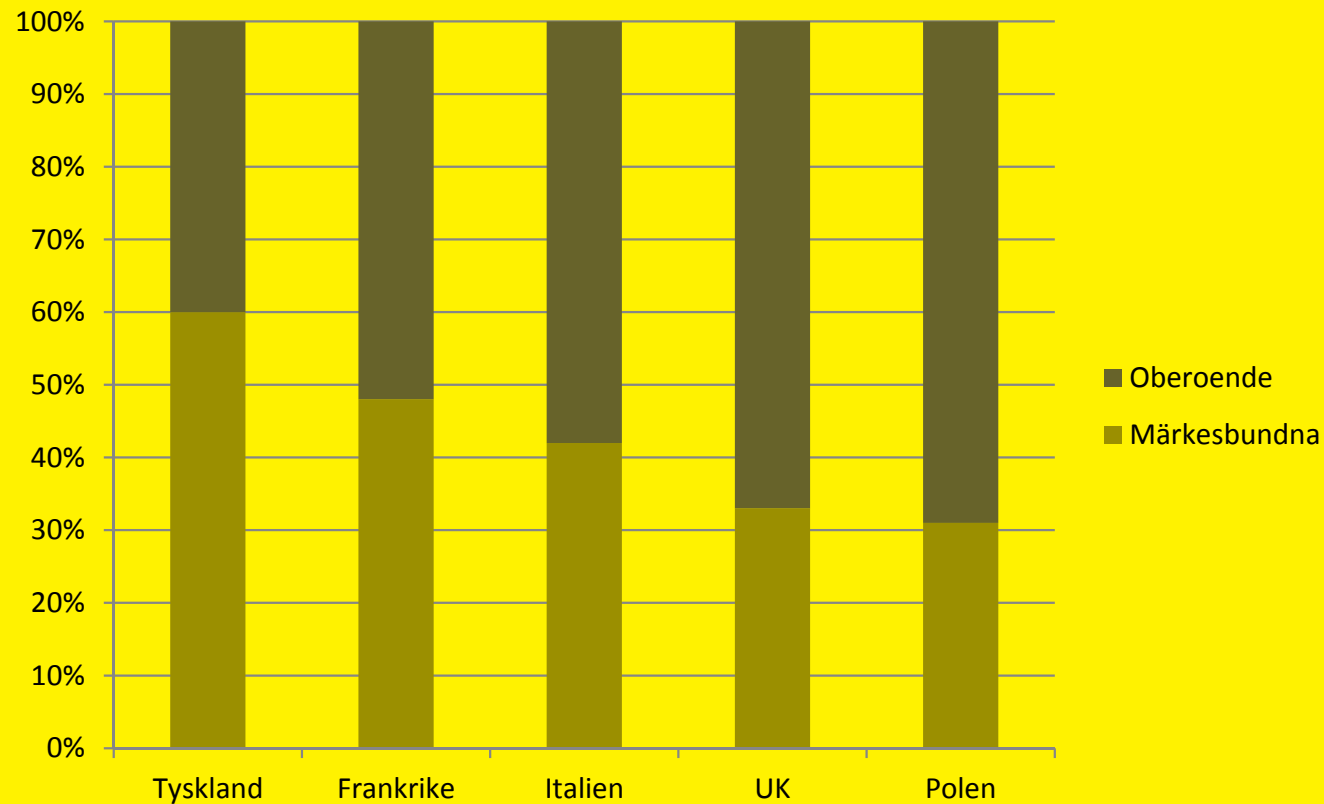
■ Antal bilar per 1000 invånare



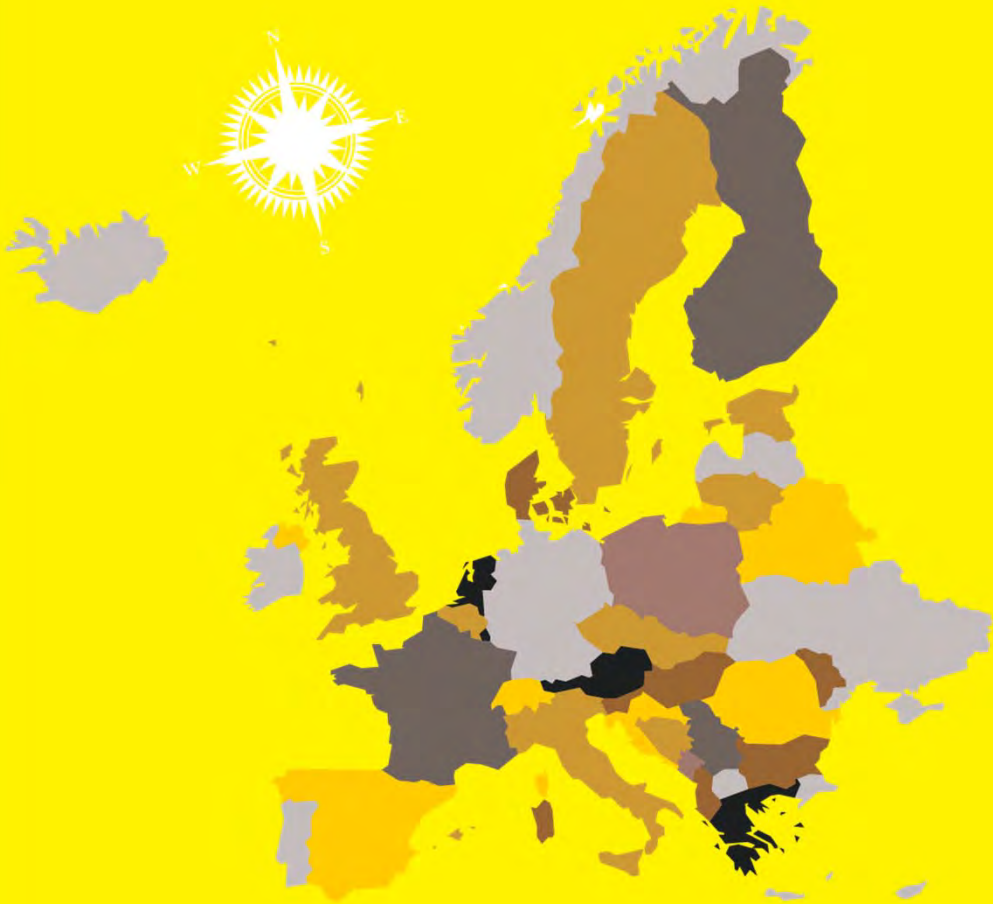
Bilparkens åldersfördelning



Stor skillnad i konsumenters användning av märkesbundna verkstäder



Sammanfattning



- Marknaden är fragmenterad med många aktörer
- I Västeuropa är 30% av bilparken över 10 år och i Östeuropa är 50% av bilparken över 10 år
- Märkesbunda aktörer står för 45% av marknaden i Västeuropa och 25% i Östeuropa
- Östeuropa är mer priskänsligt och efterfrågar mindre service per bil än Västeuropa

Finland



Bakgrund

- Två butiker öppnades i Helsingfors under december 2010
- Butik öppnades i Lahti i Q4 2011
- Regionalt lager och butik öppnades i Helsingfors i Q1 2012
- Fyra butiker öppnas under Q2 2012



Fokus 2012-2013

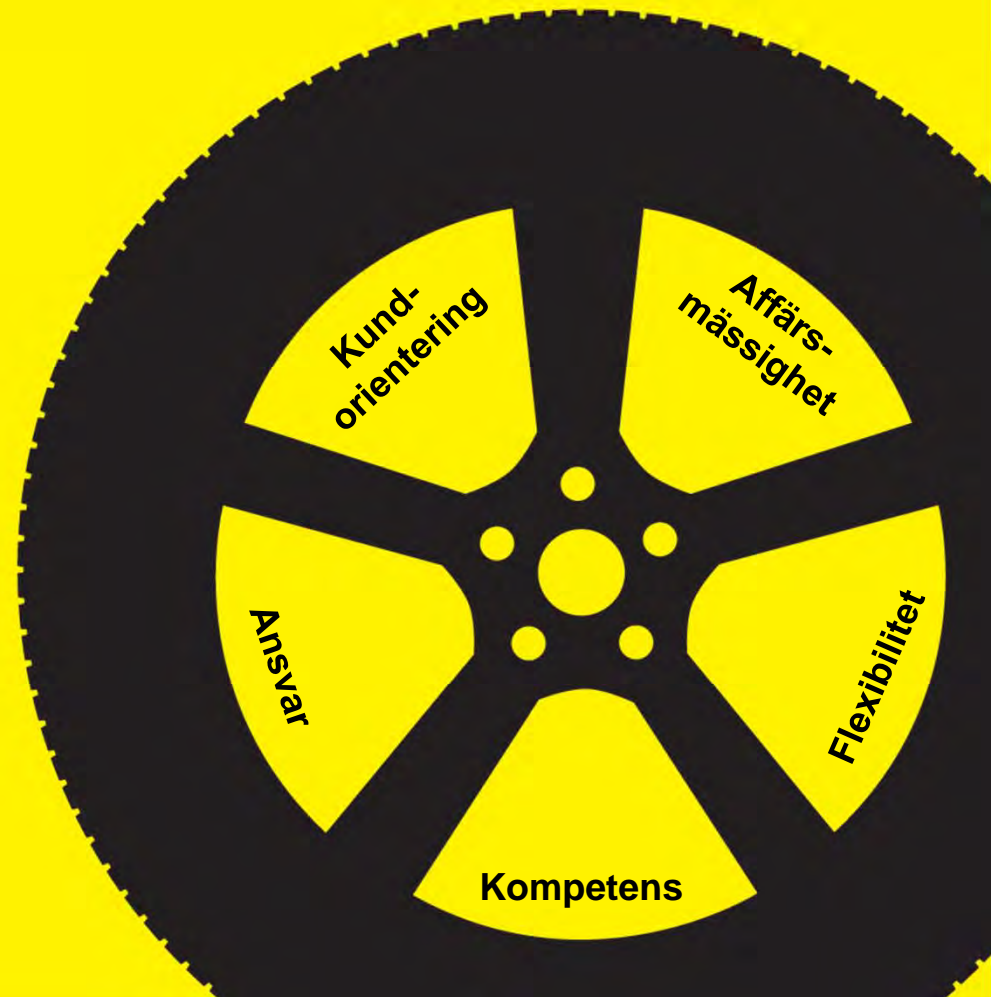
- Marknadsföring och verkstadskampanjer för att öka kundernas medvetenhet om Mekonomens koncept
- Större fokus på B2B-marknaden
- Fortsätta expansionen genom att etablera nya egna och samarbetande butiker och verkstäder



Ledarskapet

Medarbetarskapet

Motivation



Utbildning MekoEasy

Agenda

- Inledning
- Målbildsscenario
- Uppstart av applikationen MekoEasy
- Arbetsorder med olika scenarion. Försäkringsjobb
- Avslut av order, olika sätt att ta betalt, kreditering och
- Bokning och SMS-avisering
- Stämpling och justering av stämpling
- Fakturakörning
- Kassaavslut
- Överföring till redovisning
- Inbetalning
- Support
- Sammanfattning och utvärdering

Mekonomen Akademin

Walk the talk