

PLUG-IN

MIJÖCERTIFIERING
ett viktigt arbete
bakom kulisserna

Trendspaning:
**SÅ BLIR HANDELN
I FRAMTIDEN**

Tack för att du
håller avstånd!

Tack för att du
håller avstånd!

Nätthandels- explosion!

Behovet av nya kylösningar är stort sedan online-försäljningen ökat lavinartat i coronapandemins fotspår, konstaterar Viktoria Miftari och Daniel Näslund, Ica Maxi i Köping.

Egen logistikavdelning
säkrar **SNABBA
OCH EFFEKTIVA
LEVERANSER**

Kreativa exponeringar
och goda samarbeten
LOCKAR TILL KÖP



Ökad näthandel kräver flexibilitet men skapar möjligheter



Mikael Fyrpihl
vd



Niklas Lundkvist
försäljningschef

Det är svårt att inte nämna coronapandemin när vi summerar året som gått men framför allt blickar framåt. För blickar framåt, det gör vi verkligen, och med stor tillförsikt om att framtiden är ljus!

På NCS har vi jobbat hårt under våren och hösten med att ställa om och hitta rätt, bland annat genom att vässa vårt erbjudande så att det passar som handen i handsken för alla sorters kunder, och oavsett vilka effekter eller konsekvenser corona haft och har.

Vi kan konstatera att behovet av ny kylmedia kvarstår. Här kan vi även fortsättningsvis leverera snabba, enkla och flexibla plug in-lösningar som anpassas fullt ut efter behoven.

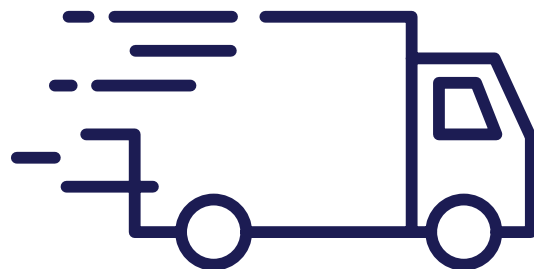
I och med den explosionsartade e-handeln är det uppenbart att behovet av mer kyla för packlager och utlämning ökat, och kommer att öka. I det här numret av Plug In kan ni till exempel läsa om vår lokala Ica Maxi-handlare i Köping som gick från ungefär 40 order till uppåt 150, i princip över en natt. Det ställer krav på flexibilitet det!

Vi är övertygade om att retail har fortsatt hög potential till utveckling och har därför rekryterat två erfarna och hungriga säljchefer för att ytterligare kunna satsa inom branschen. När du som kund får Plug In i din hand är de på plats på sina respektive kontor, redo att hugga in och hjälpa just dig med dina önskemål. Tveka inte att höra av dig!

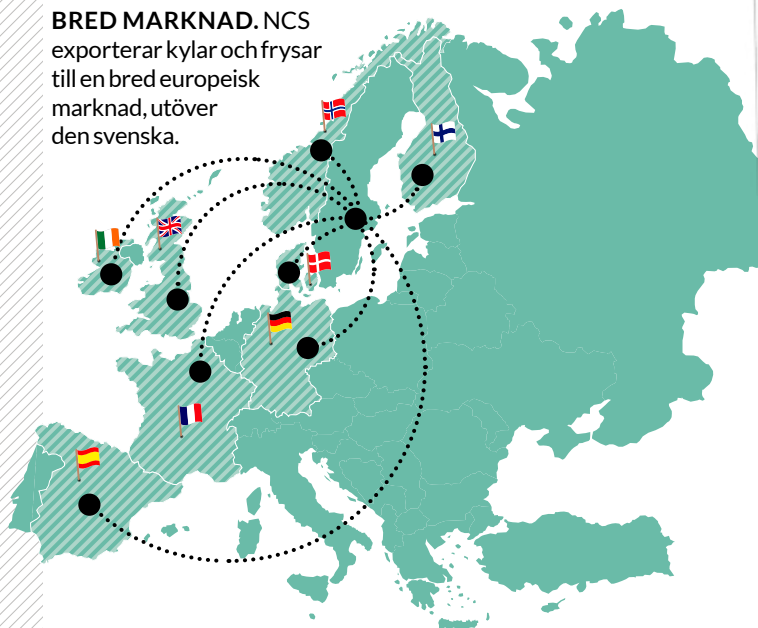
I den här utgåvan av vår egen kundtidning har vi även samlat ett gäng kreativa exponeringar som inspirerar både kunder och butikspersonal. Dessutom tillåter vi oss att sia lite om framtiden. Missa inte trendspaningen med två av branschens nyckelpersoner! Mycket nöje.

1500 ton

Under ett år transporteras närmare 1500 ton kylar och frysar över hela Sverige. NCS:s egna bilar och chaufförer ser till att leveranserna blir snabba, effektiva och klimatsmarta.



BRED MARKNAD. NCS exporterar kylar och frysar till en bred europeisk marknad, utöver den svenska.



+45%

Rekonden av kylar och frysar har ökat under året som gått med hela 45 procent.



PLUG·IN·

Produktion:
Nordkvist Content & Consulting
Redaktör och skribent: Marit Nordkvist
Formgivning: Pär Ek
Omslagsfoto: Pär Ek
Korrektur: Hans Mejdevi, MEDIAVI

NCS
NORDIC COOLING SOLUTIONS

Tryckeri: Stibo Complete
Kontakt:
Nordic Cooling Solutions
0221-275 70
info@go-ncs.se
Följ oss på
Fler Plug In-nyheter på go-ncs.se



Varumärkesbygg med snygg premiumlösning

När Löfbergs hade önskemål om en ny konceptlösning för gavlar i butik tillät sig Anders Larsson på LTG Display att gå "all in" på Ica Maxi Universitet i Örebro. Så klart var Löfbergs med på det tåget också! Kylan levererades av NCS.

– Handlaren var supernöjd och säger att de ökade försäljningen enormt, säger Anders Larsson stolt.

Konceptet byggde på mörkt trä med lysande logotype på ramp. Utöver detta frontades lösningar på alla hyllplan med en stilren och snygg akrylfront i hög finish med belysning från LTG:s nya sortiment FLEXI-led. Kylan från NCS placerades i mitten, och kompletterades med en 49-tums digital skärm och en 10 tum produktnära skärm för tydlig information om varorna samt om Löfbergs arbete för hållbarhet och miljö.

Succé för kreativ exponering i butik

När Arla rullade ut sina butikskoncept med härliga recept och kreativa måltidsidéer för både frukost och middag blev det succé – både för kunderna och butikerna!



Det hela startade med en frukostsatsning tillsammans med några utvalda butiker och Lantmännen.

– Vi gjorde en eventmiljö, som ett litet hem. Där dukade vi upp frukost med våra mejeriprodukter och Lantmännens müsli och flingor bland annat. Butiken kompletterade med färskt bröd, berättar Andreas Nordh som är

Instore Solution Manager på Arla Foods.

Under hösten fortsatte ett liknande butiksevent fast med fokus på middagsidéer.

– Vi ville inspirera kunderna att laga roligare och kreativare middagar och koppla recepten till vår

enorma receptbank. Råvarorna exponerades på ett lockande sätt och kunderna tyckte det var enkelt att både laga och handla. Win-win alltså, butikerna upplevde att försäljningen ökade och vi är nöjda så länge kunderna gillar våra recept och våra råvaror!

Hallå där ...

... Esad Celakovic, lager- och produktionschef på NCS!



FOTO: PÅREK

Esad, du är en av nyckelpersonerna på NCS. Vad gör du om dagarna?

– Oj, massor! Men i huvudsak går mitt jobb ut på att säkerställa alla de processer som pågår här för att skicka iväg nya order, säkerställa leveranser och ta emot kylar som ska in på rekond. Och så ska jag ta hand om personalen och kunderna så att alla trivs och är nöjda!

Vad vill kunderna ha då?

– Snabba leveranser! Och det fixar vi ju. Alla som jobbar här är väldigt lojala och vet precis vad som gäller, så oftast kan vi lösa leveranser snabbare än vi lovat. Det rullar på bra här.

Vilken är din största utmaning på jobbet?

– Att hela tiden jobba med att ta bort onödigt slöseri. Varför ska vi flytta en grej två gånger när det sparar tid att bara göra det en gång? Nu under coronatider är utmaningen ännu lite större då det kan svänga snabbt ute hos kund men även här om någon blir sjuk eller så. Det gäller att vara Zlatan här och kunna ha många bollar i luften samtidigt!

GL-FRITT

Tack för att du
håller avstånd!

Tack för att du
håller avstånd!

Stort behov av nya kylösningar

Online-boom i coronans fotspår

E-BOOM. Ställföreträdande handlare Viktoria Miftari och butikschef Daniel Näslund har fullt upp med att skapa mer utrymme för den ökade näthandeln. "Tillväxten är enorm", säger de båda två.

Den tolfte mars förra året höll Stefan Löfvén presskonferens. Corona-läget var kritiskt och i Sverige skulle vi följa specifika, och för oss, helt nya rekommendationer. I ett slag förändrades jobbet på Ica Maxi i Köping. Och på den vägen är det. Nu och förmodligen inom överskådlig framtid.

När jag kom till butiken dagen efter den där presskonferensen var det som att komma till ett helt nytt ställe, berättar Viktoria Miftari, ställföreträdande handlare på Ica Maxi i Köping.

Antal order i e-handeln ökade direkt, med kraft. Den första tiden var det rätt så tomt på

butiksgolvet men det har kommit att förändras med tiden.

– Vi hade ungefär 40–50 plockorder per dag före corona-effekten, berättar Daniel Näslund som är butikschef och jobbar tätt ihop med Viktoria Miftari.

– Nästan omedelbart fick vi en explosionsartad ökning, och i dagsläget ligger vi normalt på ungefär 120 order om dagen. Under julhandeln var vi uppe på 150 order per dag, fortsätter han.

Daniel och Viktoria berättar att all försäljningsökning som sker nu ligger på online-handeln medan försäljning i butik ligger kvar på tidigare nivåer.

– Det är inte bara att fler väljer e-handeln före fysisk butik, det beror även på att snittköpen online är betydligt högre än i butik, berättar Viktoria.

Den relativt nya situationen med förändrat köpmönster har gjort att Ica Maxi Köping har fått ställa om på flera sätt. Bemanningen ser exempelvis annorlunda ut idag än för ett knappt år sedan.

– Vi behöver behålla personalen ute på butiksgolvet, men online-handeln kräver mycket mer back office med packningen och utkörningen, berättar Viktoria.

– Det är faktiskt svårt att hitta folk, och det är krävande att lära upp ny personal, fortsätter hon.

– Många som vill jobba hos oss är yngre och de har inte själva skaffat sig erfarenhet av att handla till det egna hushållet. De vet inte vad olika råvaror är för något och många har svårt att avgöra till exempel när frukt är övermogen, hur bananer ska se ut när de är som bäst eller hur en avokado ska kännas när den är mogen.

När antal order ökade började butiken med tvåskift, något som innebar en del systemkrångel med till exempel laddningstider för handdatorerna men även utrymme för påsarna med torrvaror samt i kylrum och frysar.

– Kvällspasset som packar för utlämning dagen därpå behöver ju kyla produkterna över natten, vilket gjort att vi adderat frysskåp på lagret, berättar Viktoria.

– Visst är det utmanande, men vi har kapacitet för mer. Som konsument gäller det bara att vara snabb med att boka upp sin slot-tid för utlämning, de tar slut annars, säger Daniel.



FULL FART. Mängder av onlinebeställningar hanteras varje dag av personalen på plocklaget på Ica Maxi i Köping.

Men kommer online att fortsätta växa, tror ni?

– De äldre har lärt sig nu, och de kommer fortsätta handla på nätet. Däremot tror jag att barnfamiljer till exempel inte är så välplanerade att de kan tajma utlämningarna och beställningarna, så de kommer nog tillbaka till butiken, siar Viktoria.


Niklas Lundkvist, försäljningschef på NCS i Köping, har levererat ett antal kylar och frysar till Ica Maxi Köping, och ser ett enormt behov av liknande lösningar för större butiker runt om i Sverige.

– Situationen i världen förändrar människors köpbeteende och ser jag bortom covid-19 så känns det som om det här nya köpbeteendet är här för att stanna, säger han.

Han, precis som både Daniel Näslund och Viktoria Miftari, ser att exempelvis de äldre har hittat till nät-handeln och i allt större utsträckning hämtar veckans matkassar.

– Det här kommer vara det nya normala.

NCS och NCS Retail är beredda att leverera de produkter som krävs för onlinehandeln i form av anpassade frys- och kylmodeller samt så kallade hämtboxar att ställa utanför butiken.

– Den här märkliga situationen är en klar möjlighet för oss att snabbt och effektivt hjälpa butiker som är tagna på sängen och behöver utrusta sig för ökad näthandel, men vi kan även komplettera med mer långsiktiga utvecklingskoncept, säger Niklas Lundkvist. 



COMBI FRÅN FRICON, en typisk produkt som funkar fint för extra kyla ute i butik.



FULL RULLE. På lagret roddar Rickard Pettersson så att rätt kyl hamnar på rätt plats.

”Egna åkeriet skapar hållbarhet och långsiktiga relationer med kunderna”

Personlig service, överleverans och nöjda kunder är visionen för NCS generellt. Logistikavdelningen jobbar flexibelt och gör detta till verklighet – varje dag.

Ute på det stora lagret står rad efter rad med rekondade kylar. En del gammalt ska fraktas in för reparation medan nya kylar och frysar är på väg ut. Trafiken över golvet, mellan hyllorna och fram och tillbaka till de stora portarna vid lastkajen, är tät av truckar, palldragare och medarbetare som alla har fullt upp.

–Planeringen är A och O, säger Harri Kjel-

lin som är logistikkoordinator.

–Allt ska klaffa åt båda hållen, från order av nya kylar till leverans och montering på plats, liksom att hämta upp och köra hem kylar i behov av reparation och uppfräschning, fortsätter han.

Till sin hjälp har Harri ett planeringssystem. I detta placeras ordern av säljaren eller kundtjänsten på plats. Produkten som är be-

ställd packas enligt beställningen och Harri och hans team planerar utkörningen och leveransen. Systemet hjälper dem att säkra att rätt vara går till rätt ställe.

–Vi har ett eget åkeri med ett antal chaufförer som kör efter ett schema som innebär att hela landet nås minst en gång i veckan. Stockholm kör vi på varje dag, Norrland en gång i veckan och Småland oftast flera gång-

VÄLLOJAT. För att hela kedjan, från försäljning och order till leverans och rekond, ska funka behöver hela organisationen vara samspelt. Harri Kjellin håller i trådarna.

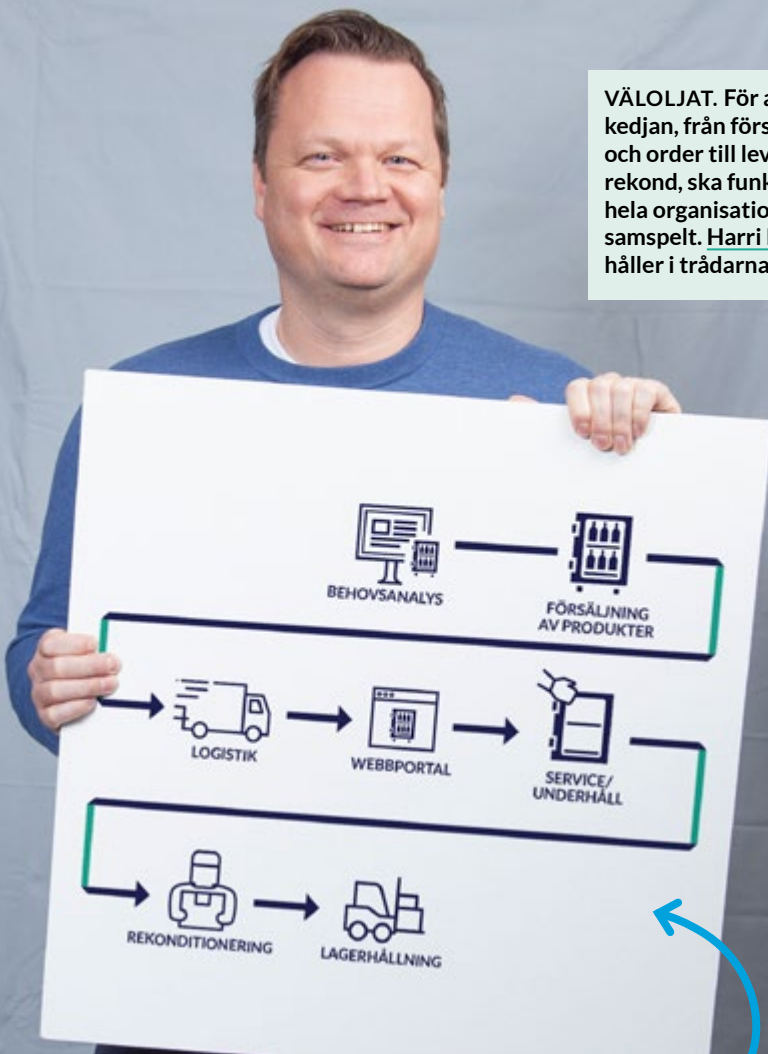


FOTO: PÅREK

er varje vecka till exempel, säger Harri.

De egna bilarna och chaufförerna gör att leveranser kan ske snabbt. Och eftersom NCS har ett stort lager av både kylar och frysar samt ett eget tryckeri krävs sällan någon längre väntan för att få fram det beställda.

–Det händer inte sällan att kunderna ringer och plötsligt är i behov av något nytt. Då är det skönt att faktiskt kunna vara snabb ut med sådant som de oftast skulle behövt redan igår, säger Harri och skrattar.

Harri återkommer flera gånger till det flexibla arbetssätt som präglar jobbet liksom till kundnöjdheten som verkar vara väldigt viktig för alla, oavsett roll och titel, som jobbar på NCS.

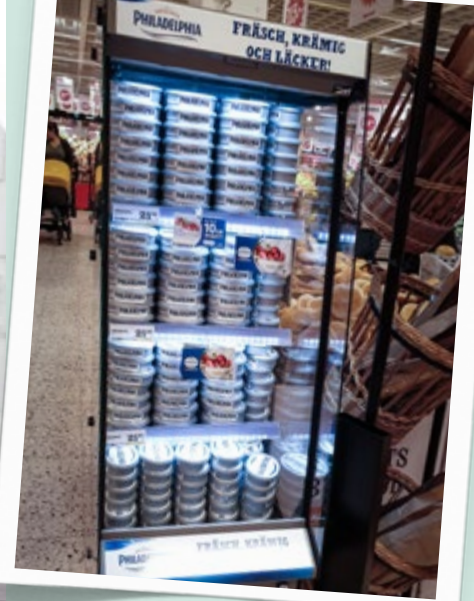
Är ni väldigt samspelta och noggranna med kvaliteten här, på riktigt?

–Ja absolut! Alla avdelningar är lika väloljade, och vi snackar mycket över gränserna. Det gör att vi kan fatta snabba beslut. Och vi kan vara extra flexibla när kunderna fattar sina snabba beslut och till exempel ändrar sin order eller liknande, säger han. +

SÅ FUNKAR NCS TOTAL SOLUTIONS

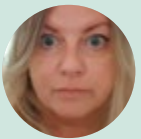
EN TOTALLÖSNING. Att kunna ge kunden en helhetslösning är guld värt, enligt vd [Mikael Fyrpihl](#). Det skapar korta beslutsvägar och minimerar missförstånd i kommunikationen med kunder, medarbetare och externa samarbetspartner. Dessutom går allt snabbare, från leveranser vid beställning till felsökning vid behov.

– Tjänsteportföljen kopplad till våra produkter kommer att utvecklas ytterligare i takt med våra kunders önskemål. Vi har som motto att hellre överlevera än tvärtom, berättar han. Under året som gått har NCS Total Solutions utvecklats positivt med nöjda kunder som resultat. För att ytterligare säkra kvaliteten har man nu investerat i ett nytt logistiksystem som bland annat ska optimera rutterna och säkra dokumentationen kring varje ärende.



”Tryggt att NCS tar helheten”

Anna Nyqvist, Instore activation manager på Mondelez, jobbar bland annat med att exponera och lyfta Philadelphiaost i butik och har ett samarbete med NCS kring kylarna i kampanjen.



–Jag ansvarar för själva aktiviteterna generellt men i praktiken sköts helheten av NCS i samråd med de butiker vi jobbar med.

Anna Nyqvist är nöjd och tycker att det är skönt att ha en trovärdig och pålitlig partner.

–Det funkar fläckfritt både med nyleverans av kylar och hela processen fram och tillbaka för de som ska rekondas. Anneli på NCS har järnkoll på var de är, och vem de ska till, säger hon.

På SATS gym i Sverige finns ofta ett brett urval av både mat och dryck. Väldigt populärt är både Vitamin Well och Celsius, vars kylar kommer från och sköts av NCS.

– Det är väldigt smidigt att det funkar så bra med samarbetet leverantörer emellan, säger [Mikael Clementz](#), Retail manager SATS Sverige.



Kylarna med produkter från Vitamin Well och Celsius görs i ordning av NCS och körs ut till alla gym som beställt dem. De är av samma modell vilket gör det enkelt att rymma flera samt att få en snygg helhet i gymmens butiker.

–Jag tror att både vi och våra leverantörer är glada och nöjda över det här samarbetet, fortsätter Mikael Clementz som även dragit igång ett nytt, mindre pilotprojekt ihop med NCS som snart kommer synas ute i några valda gym.



ENGAGERAD. Miljökonsult Joachim Svärth går engagerat igenom detaljerna kring uppföljningen tillsammans med försäljningschef Niklas Lundkvist.

”Det här företaget bottnar i sitt miljöarbete”

ISO 9001 och ISO 14001, vad är det egentligen och varför ska ett företag ha det? Jo, det är konkreta kvalitetsgarantier som tydligt visar att det är ordning och reda i bolaget, från miljötänk till kundnöjdhet. Det säger miljökonsult Joachim Svärth som jobbat med NCS miljöarbete i närmare tio år.

Väl synliga i entrén på Nordic Cooling Solutions huvudkontor i Köping hänger diplomerna med de olika certifieringarna.

– Det är bra att visa upp de här! De ser kanske inte mycket ut för världen men det ligger otroligt mycket arbete och möda bakom både miljöcertifieringen och den som handlar om kvalitet, berättar Joachim Svärth.

ISO 9001 gäller kvalitet, ur perspektivet att kunden får det den behöver. ISO 14001 gäller miljöarbetet, att påverkan i allt från produktval till leveranser är så liten som möjligt på miljön.

– Kvaliteten och kundnöjdheten mäts ge-



SNYGGT! Certifikaten är väl synliga på NCS:s huvudkontor, och de borgar för ett seriöst och medvetet företag.

nom till exempel kundundersökningar, berättar Joachim Svärth.

– Miljöpåverkan styrs av fysiska fakta och mätningar av energiförbrukning, transporter och andra nyckeltal. Viktigt ur samtliga perspektiv är att det finns uttalade mål, policies som styr arbetet samt en struktur kring hur man kommer dit och följer upp långsiktigt, fortsätter han.

Själva certifikaten är naturligtvis guld värda för ett företag. Men de håller inte för evigt utan kräver underhållande arbete.

– Ja, kan man inte visa upp att man når målen och jobbar efter godkända policies kan man lätt bli av med certen, säger Joachim Svärth.

Men handen på hjärtat, varför ska man som kund bry sig om det här?

– Det är en konkret och synlig garanti för att man samarbetar med ett företag där det är ordning och reda! Och på NCS tar både ledningen och personalen det här på största allvar, vilket är en förutsättning för att lyckas.

Niklas Lundkvist, försäljningschef, är stolt över företagets arbete kopplat både till miljöpåverkan och kvalitet.

– Ja, vi jobbar hårt med det här och tycker att det är en hygienfaktor. Vi bottnar verkligen i det här arbetet och att Joachim är med oss skänker både trygghet internt och trovärdighet externt, säger han.

Nyförvärven som ska lyfta NCS till nästa nivå

”Nu satsar vi ännu mer offensivt på retail!”

NCS förstärker satsningen mot retailmarknaden i Sverige med två nya försäljningschefer. ”Många butiker har inte kylkonverterat ännu och i kombination med e-handeln som fullkomligt exploderat är behovet av ny kyla större än någonsin”, säger CEO Mikael Fyrphil.

I flera år har Nordic Cooling Solutions jobbat med så kallade Plug in-lösningar. Det är flexibla kyl- och fryslösningar som kan placeras i butik efter behov och som är enkla att skala upp och ner. De är dessutom snabba att få fram och leverera, och investeringskostnaden är förhållandevis låg.

– Det här har många handlare redan förstått och investerat i. Men en del ligger fortfarande efter när det gäller konverteringen till ny kylmedia och nu under coronapandemin, när kundernas köpbeteende har förändrats och skapat en ökning av e-handel, blir behovet bara större och större, säger Mikael Fyrphil som är CEO på Nordic Cooling Solutions i Köping.

Från och med februari kommer Anders Ryding och Björn Andersson att förstärka teamet på NCS i egenskap av försäljningschefer.

– Vi satsar ytterligare på retail nu! Med två seniora och kunniga säljare tror vi att vårt redan etablerade och välrenommerade erbjudande kan locka många fler, över hela Sverige, fortsätter han.

Björn Andersson ansvarar för södra Sverige och utgår från sitt hemmakontor i Varberg. Han har lång säljferienhet och brinner för yrket.

– Det ska bli jätteroligt att jobba med att utveckla NCS:s samarbeten med befintliga kunder men även att hitta nya affärsmöjligheter på marknaden, säger han.

Anders Ryding bor i Kungsör, en grannkommun till Köping, och har sedan tidigare sitt hjärta och sina arbetserfarenheter inom dagligvaruhandeln. Han kommer att jobba med mellersta och norra Sverige och utgå från NCS:s huvudkontor i Köping.

– Jag har jobbat med sälj i den här branschen länge men gjorde en paus och jobbade som utbildare på Volvo under några år. Nu känns det riktigt roligt att få ”komma hem” igen och jobba inom branschen med ett så spännande och relevant varumärke som Nordic Cooling Solutions, säger han.

– Dessutom är dagligvarubranschen redo för ytterligare utveckling så det känns toppenkul.

! SÅ NÅR DU DE NYA SÄLJARNA:

Björn Andersson,
försäljningschef syd
bjorn.andersson@go-ncs.se
0703-356595

Anders Ryding
försäljningschef mellan och norr
anders.ryding@go-ncs.se
0703-565253



KOLLEGER. I februari blir Björn Andersson, på bild i mobilen, och Anders Ryding kolleger på NCS.



Ett kreativt samarbete som ger mersmak

TIBAR International AB är ett sälj- och marknadsbolag inom FMCG-segmentet som är specialister på butikskommunikation (POS). TIBAR och NCS har drivit flera gemensamma projekt i butik som varit till stor nytta för kunden – och konsumenterna i butik. Ett av dem gäller El Taco Truck som flyttat in sitt käk från foodtrucken till butikerna i form av en rad nya plantbaserade produkter.

– Det har slagit väldigt väl ut och uppskattats av konsumenterna, berättar Hassan Rahmih, grundare och vd på TIBAR.

Niklas Lundkvist, NCS, är helt enig.

–Ja, det här blev superbra! Det är ett kul exempel på hur kreativa exponeringar och välrenommerade varumärken kan få effekt, säger han.

Pendeln slår, trender kommer och går. Kanske extra mycket just nu? Med Amazon på intåg, artificiell intelligens och robotar tillgängliga samt en ökande hälsotrend. För att inte tala om konsumentens behov av både kvalitet och kontroll, och en pandemi som lamslagit världen. Framtiden är oviss – men hur förbereder vi oss för den? Läs trendspaningen med några av branschens absoluta nyckelpersoner.

Så blir handeln i framtiden

Vem man än pratar med om handeln nu och i framtiden landar det i ett resonemang om corona – det som skett under 2020 och hur det kommer att bli framöver. Det är oundvikligt, och det säger något om hur mycket handeln i Sverige och övriga världen har påverkats.

– Coronapandemin har påskyndat och förstärkt det som långsamt höll på att hända före, det vill säga utvecklingen av e-handeln, framför allt inom dagligvaruhandeln. Ingen hade kunnat drömma om den här tillväxten som i och för sig går från låga volymer till relativt sett låga volymer men är förhållandevis gigantisk, säger [Susan Berzelius](#), reporter och utrikesredaktör på branschtidningen Dagligvarunytt.

[Mats Hedenström](#), näringspolitisk chef på Svensk Handel, bekräftar bilden.

– Vi visste redan att sällanköpshandeln hade det tufft i fysiska butiker och med orättvis konkurrens från utlandet. Därmed behövde de hänga med i utvecklingen av näthandeln medan dagligvaruhandeln halkat efter och aldrig riktigt kommit igång, säger han.

Det är rimligt att fundera kring varför genombrottet med online inte kommit tidigare, nu när det ändå känns som en självklarhet för många konsumenter och de flesta butiker och kedjor centralt faktiskt klarat omställningen.

– Det beror dels på logistiska utmaningar, dels på ett väldigt välutvecklat butiksnät över hela landet. För den fysiska sällanköpshandeln som till exempel skor och mode är förmodligen coronakonsekvenserna dödsstöten, medan dag-



ligvarusidan går ur detta som vinnare, säger han.

– Nu har trycket varit så massivt att förändringen tvingats fram, fortsätter Mats Hedenström.

I både USA och andra delar av Europa har tekniken givit dagligvaruhandelns e-handel en rejäl skjuts, och konsumenterna har tacksamt tagit emot möjligheterna till snabba och enkla köpprocesser och ett enklare sätt att få vardagen att funka.

– Amazon Go, alltså obemannade butiker, är fortfarande en marginell företeelse men testas ändå i framför allt USA. Och att få sina specierier ända hem i kylskåpet är inte längre en fantasi utan finns faktiskt på riktigt, bland annat genom amerikanska Walmart, berättar Susan Berzelius.

Här hemma i Sverige påbörjas förvisso en del konkreta försök med obemannade butiker, men än så länge tycks det etablerade sättet att handla online vara genom en order som sedan körs hem till dörren, hämtas i butik (click and collect) eller på vissa håll hämtas ut i en hämtbox. Men hur kommer utvecklingen framåt att se ut, vad är realistiskt att tro för 2021?

– Nu har 70-plussarna lärt sig detta för framtiden, så ökad e-handel kommer att fortsätta, säger Susan Berzelius som också poängterar vikten av tillgänglighet och ett enkelt handlande som en av utmaningarna – och möjligheterna.


– Slaget om matkronan kommer att fortsätta, matbutikerna lever – fortfarande – i stark konkurrens av både restauranger och servicehandel. Krogen lagar hämtmat, bensinmackarna erbjuder ett bra utbud av färdiglagad mat och dagligvaror.

– När vi kan blåsa faran över och covidvaccinet är på plats är jag rätt säker på att maten kommer att handlas i fysisk butik och på nätet. Det rimligaste att tro är att olika slags hämtdepåer blir gängse sätt. Det är en slags mellanväg som både funkar för människor som ska passa kontorstider och hämta och lämna på dagis, och samtidigt är det pragmatiskt för butikerna att på logistik och obrutna kylkedjor.

Men är framtiden ljus då?

– Ja. Förutsatt att butikerna fortsätter att utvecklas och möta kundernas behov är möjligheterna obegränsade, säger Susan Berzelius.

Hur ser handeln i Sverige ut om fem år?

– Det kan vi påverka redan idag! Handeln påverkas, och kommer att påverkas, av vad vi gör av våra städer idag. Post corona spår jag kommer handla oerhört mycket om just det, och det bygger på ett samarbete mellan alla aktörer så som fastighetsägare, handlare och kommuner. Och oavsett det är e-handeln här för att stanna, säger Mats Hedenström. 

LÄSTIPS!

Miss inte reportaget på sidorna 4–5 om Ica Maxi i Köping som fått bygga om butikens plocklager och installerat mer kyla för att kunna hantera alla kunder som vill handla online!

TRE STARKA TRENDER

Bekvämlighet. Oavsett ålder kräver konsumenten att inköpen ska ske smidigt och enkelt och gärna att det går att slå två flugor i en smäll. Lämna panten till matleverantören vid dörren, köp apoteksvaror av dagligvaruhandlaren. Eller skaffa (högkvalitativ!) färdigmat typ helgkasse och fredagspåse, ta hem färdig soppbas med färska fiskbitar eller hemslagen bea med pannfärdig köttbit och gratäng att gå klar i ugnen.

Teknikutveckling. Tillåter en enkel, snabb och säker köpprocess. Obemannade butiker är en stark internationell trend som utvecklats snabbt i södra Europa och USA, framför allt i och med Amazon Go. Här i Sverige testas vi oss fram och både Coop och Pressbyrån, förutom renodlade obemannatkedjorna som Automat och Lifvs, gör konkreta försök som tycks funka och tas emot med applåder. Det här är ett sätt att förenkla för kunden, men också ett sätt att rädda glesbygden som annars hotas av nedlagda butiker och döda stadskärnor på grund av e-handel och externa handelsplatser.

Ekologiskt. Och kanske än mer närodlat, här-producerat eller i alla fall med tydlig ursprungsmärkning? Trenden – eller snarare kravet – från konsumenterna är tydligare än någonsin. Hälsotrenden ökar och det gör även miljötanket, vilket ytterligare driver behovet av att veta var råvarorna kommer ifrån samt att de är schysta framtagna. Egna kryddodlingar i butik kommer vi se mer av!

Nu handlar svenskarna online

136,1%

Så stor var försäljningstillväxten av e-handeln inom dagligvaruhandeln.

78,9%

Så mycket ökade hemleveranserna.

242,9%

Så mycket ökade upphämtningen i butik.

KÄLLA: SVENSK DAGLIGVARUHANDEL, NOVEMBER 2020.

VILL DU
HA EN
PRODUKT-
KATALOG?

Mejla oss!
info@go-ncs.se



KOM IN I VÄRMEN – VI TAR HAND OM KYLAN

Hos oss hittar du de bästa och mest säljande kylarna och frysarna. Köp, leasa, välj ur vårt standardsortiment eller låt oss designa och tillverka exklusivt för ditt varumärke. Med vår tjänst Total Solution får du dessutom en smidig totallösning för allt praktiskt kring din kyl- eller frysutrustning.

LÄS MER PÅ WWW.GO-NC.SE

NCS
NORDIC COOLING SOLUTIONS

NORDIC COOLING SOLUTIONS AB
0221-275 70 || info@go-ncs.se