

En tidning om kylar och frysar som får produkter att synas och sälja

#2 2019

# PLUG-IN

HAN SKA BYGGA  
VIDARE PÅ LAGANDAN  
FÖR ÄNNU BÄTTRE  
LEVERANSER

HÄR HAR MAN  
JÄRNKOLL PÅ  
HELA KYLKEDJAN

SPÄNNANDE  
UPPLEVELSER LOCKAR  
KUNDER TILL KÖP

Fina blommor  
får affären att  
blomstra!

## Succé för ny kyla i butiken

Mikael Wretman, Ica-handlare: "Med de nya kylarna  
kan jag bredda sortimentet och exponera bättre."

NCS  
NORDIC COOLING SOLUTION

# Vi satsar på kompetens och engagemang



**Mikael Fyrpihl**  
vd



**Niklas Lundkvist**  
försäljningschef

**A**r 2018 fyllde Nordic Cooling Solutions tio år. Då summerade vi och kunde konstatera att mycket har hänt sedan starten 2008. Vårt företag har tillsammans med våra kunder utvecklats oerhört positivt. Det var året då vi sprängde 100-miljonersvallen. Vi flyttade till större lokaler och startade ett nytt affärsområde i och med NCS Retail Solutions. Och vi kunde med stolthet säga att vi var den ledande leverantören av plug-in-kyla som gav våra kunder en komplett fullservice-lösning med minskade kostnader och noll krångel. Nu när 2020 har startat skriver vi under på allt det igen. Och fortsätter att addera positiva satsningar och händelser!

Våra 5000 nya kvadratmeter räcker inte – nu utökar vi och satsar på att skapa 1500 kvadratmeter till.

Vi har vidareutvecklat logistiken inom bolaget för att kunna garantera en riktig kvalitetslösning som fungerar utmärkt redan nu, men som även är redo för alla tänkbara, ökade framtida krav och fortsatt tillväxt.

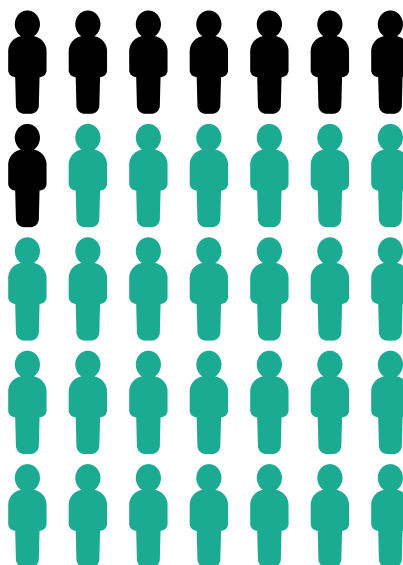
Och affärsområdet Retail Solutions visade sig vara en satsning mitt i prick – många handlare är väldigt nöjda med vårt erbjudande. Allt detta kan du läsa mer om i tidningen.

Men vår viktigaste satsning ligger i personalen. Vi har på ett år gått från att vara åtta anställda till att bli 35. Personalen är vår absolut viktigaste tillgång, men även den mest strategiska investeringen framåt. Varje persons kompetens och engagemang är avgörande för att vi ska kunna leverera på topp och bli våra kunders viktigaste partner.

Häng med på den resan, och hjälp oss gärna med feedback!



För andra året i rad omsätter NCS över 100 miljoner kronor.



Under 2019 har NCS gått från att vara 8 till att bli 35 anställda.

# 10 000

kylar och frysar passerar rekorden varje år.



## 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

# Kylig pop-up-lösning ökade försäljningen

Gooh! ville öka försäljningen på sina kyllda färdigrätter och startade Take Away-bistro. Göteborg var först ut, sedan Malmö.

Tanken var att öka kännedomen om de kyllda maträtterna genom provköp.

– Vi vet att de flesta tycker att våra rätter är riktigt goda när de testar dem. Det leder ofta till att de köper fler gånger, berättar Emelie Henning, marknadschef på Gooh!.

Under våren 2019 hade man fokus på att öka försäljningen i vissa delar av Sverige, och valde att öppna popup-bistro på två ställen i köpcentrumet Nordstan i Göteborg.

– Där kunde vi fånga upp pendlare, människor på lunchrast, människor som shoppar eller bara passerade.

**Kunde ni se någon effekt då?**

–Ja, verkligen! Till att börja med sålde vi många produkter på plats. Dessutom kunde vi se att våra återför-



Take away-bistron fungerade perfekt när Gooh! ville lyfta försäljningen lokalt. Kylarna som användes ingår i konceptet Coolio, kampanjkylar med permanent botten men med utbytbara toppar.

säljare, oftast dagligvarubutiker och servicebutiker, i närområdena fick märkbara lyft i försäljningen.

Vi frågar Susan Berzelius, utrikesredaktör på Icanyheter:

## VILKA ÄR DE HETASTE RETAILTRENDERNA JUST NU?



**1 Nischbutiker.** De specialinriktade butikerna med tydlig nisch poppar upp som svampar ur marken. Hundraprocentigt ekologiskt är såklart stort. Jag har sett många butiker, till och med privatägda mindre kedjor, i Lissabon, Washington och Paris som växer så det knakar, förmodligen snabbare än de själva kundena. Ekologiskt, vegetariskt och "plantbased" är stort generellt, även i de traditionella butikerna. Ofta exponeras sortimenten ihop och kylarna märks upp efter innehåll.

**2 Dryck.** Trenden med mikrobryggerier är stor, det finns extremt mycket ute i världens alla butiker. Hela sektioner och avdelningar byggs, och nuförtiden ser man ofta att butikerna satsar på kylld öl, redo att dricka. Många butiker – beroende på hur lagstiftningen kring alkohol ser ut i respektive land – ordnar dessutom provningar i butik.



**3 Hållbara och innovativa leveranser.** Alla talar om digitalisering och "the last mile", det vill säga att klara att leverera hela vägen hem till kunden. De stora drakarna i USA, bland andra Walmart och Amazon, testar skarpt med drönare. I Stockholm pågår ett projekt med nybyggda lägenheter där hemleverans av mat till kylskåpet ingår gratis i ett helt år. Kylboxar och andra avhämtningssystem har vi sett ett tag nu men de fortsätter att utvecklas. I större städer kan vi se initiativ till hållbara leveranser med eldrivna fordon, skotrar och för den delen cykel.

## Smart marknadsföring till rimlig kostnad

Fräscha kylar och smidiga leveranser kompletteras med ett brett utbud av kampanjprodukter. Tommy Glavak leder det nya dotterbolaget NCS Visual Branding Solution.

– Det här är ett sätt för NCS att skapa ytterligare ett ben att stå på. Den här typen av produkter är enkla och billiga sätt att marknadsföra sig på live, säger Tommy Glavak.



Målet är att ta fram högkvalitativa produkter till rimligt pris, och se till att leveranserna är snabba. Just nu finns parasoller och uppblåsbara produktkopior, flytex.

**Kommer ni att produktutveckla ytterligare?**

–Absolut! Kundernas behov och önskemål får styra det, säger Tommy Glavak.



Flytex är uppblåsbar och görs efter produktens form och storlek. Parasollerna finns i flera storlekar och skyddar både mot sol och regn. "Perfekta kampanjprodukter!", säger Tommy Glavak.



## EUROSHOP I DÜSSELDORF

Retailmässan i tyska Düsseldorf den 16–20 februari 2020 är en av världens största. Här hittar du allt om visual merchandising, utrustning och utveckling för foodservice samt belysning och digital exponering i butik. NCS är såklart på plats. Träffa oss där!

Läs mer på [euroshop-tradefair.com](http://euroshop-tradefair.com).



Martin Erlandsson, NCS, och Mikael Wretman, handlare i Kolsva, är överens om att investeringen i de nya kylarna och frysarna i butiken blev jättebra!

Succé för plug-in-lösningar i butik

# Investeringen gav mer klirr i kassan

Det brådskar att byta köldmedia. Men många handlare tvekar inför både arbetsinsatsen och kalkylen. Icahandlaren Mikael Wretman, investerade i plug-in-lösningar och är supernöjd.

– Jag har i princip redan fått tillbaka min investering genom minskade elräkningar och ökad försäljning, säger han.

På Ica Supermarket i den lilla bruksorten Kolsva är det tidig eftermiddag. En och annan kund kommer in med en korg över armen, någon går direkt till post- och spelhörnan men de flesta kunder går hela kundvarvet och plockar vagnen full med varor.

– Jo, men så har det faktiskt blivit här nu. Förr var vi en kompletteringsbutik men nu är det många som veckohandlar här, berättar Mikael Wretman.

I våras stod Mikael i begrepp att byta ut de gamla frysarna till andra – men med gammal kylmedia. En full konvertering hade han var-

## ”De nya kylarna gjorde det möjligt att exponera bättre och bredda sortimentet.”

ken tid eller råd med utan att få bidrag, något som hans butik omsätter för mycket för att få. Då träffade han Martin Erlandsson som precis hade dragit igång NCS Retail Solutions: Plug-in-lösningar för både kylar och fryssar.

– Perfekt tajming! Det kändes som en rimlig lösning som skulle ta oss en bra bit på väg med kylkonverteringen, säger Mikael.

Till att börja med åkte den gamla frysgondolen ut och ersattes med en ny. Det gick så snabbt och smidigt att Mikael bestämde sig för att spänna bågen ytterligare och byta ut de gamla kylarna för chark och ost.

– Jag hade ändå planer på att profilera butiken mer genom att lyfta färskvarorna. De nya kylarna gjorde det möjligt att exponera bättre och bredda sortimentet, berättar han.

**Effekterna lät inte vänta på sig.** Redan nu, ett knappt år efter investeringen, har butiken i princip räknat hem investeringen. Tack vare det breddade sortimentet har kundflödet ökat och snittköpen blivit större. Det har också blivit stor skillnad på energiförbrukningen.

– Vi har gått från cirka 60 kilowattimmar till 42. Redan när fryssarna var på plats kun-

de jag se skillnad, och sedan kylarna installerades är det uppenbart, berättar Mikael.

**Martin Erlandsson, försäljningschef** på NCS Retail Solutions, har tidigare själv drivit butik och vet precis hur komplicerat det kan vara att byta köldmedia. Efter att ha besökt ungefär 300 butiker kan han konstatera att i princip alla har mer eller mindre stort behov av att byta ut kylar eller fryssar, eller i värsta fall både och. Att som mindre butik byta ut allt kan vara svårt utan hjälp, till exempel via bidrag från länsstyrelsen. Där har en mix av plug-in hjälpt till att hålla ner den totala investeringen.

– Det går inte för en mindre butik utan bidrag. Hade jag haft möjlighet att byta till plug-in när jag själv drev butik hade mina kalkyler sett helt annorlunda ut, säger han.

– Investeringen blir inte lika stor, och flexibiliteten i konstruktionen gör att bytet blir enkelt och smidigt.

NCS Retail Solutions har sedan tidigare flera unika samarbetsavtal med några av Europas största tillverkare av fryssar och kylar. Portugisiska Fricon är ett av dem, där framför allt frysgondolen sticker ut. Nu har man kroat arm med Carrier som bland annat gör kylar som är snygga, smarta och yteffektiva.

– De funkalar jättebra här i butiken, säger Martin och pekar mot den välfyllda charkkylen och menar att investeringen även signalerar att butiken satsar och moderniserar. Mikael håller med.

– Ja, kunderna har verkligen noterat det. Många kommenterar och tycker att det blivit både snyggare och bättre.✚

### Hallå där ...

... Joakim Stålbrand, handlare på Ica Nära Bron i Kvicksund.



## Du har investerat i nya kylar. Hur har det fungerat?

– Ja, i somras skaffade jag nya plug-in-kylar till grönsaksdisken. Jag passade också på att byta ut de som jag exponerar ostar och juicer i. Det blev hur bra som helst, faktiskt det bästa vi har gjort på länge!

**Vad kul! Vad har du fått för effekt då?**

– Oj. Till att börja med är kunderna väldigt positiva. Många kommenterar och tycker det ser fräscht och modernt ut. Det är enklare att exponera varorna snyggt, kylarna är både lagom djupa och höga. Dessutom är glasörrarna bra, det märks på elräkningen att energiförbrukningen är låg. Jag märker heller inget av att kylarna skulle alstra extra värme i butiken. Kylarna är väldigt lättskötta och enkla att hålla rena och snygga. Det finns också en poäng i att de kommer i sektioner – om någon del skulle gå sönder slipper vi tömma hela avdelningen. Det räcker med att reparera eller byta ut den aktuella delen. Smidigt!

**Vad blir nästa steg i din butik?**

– Jag hoppas kunna fortsätta och byta kylar till charken. Vi har även planer på att hitta en rimlig lösning för kylrummet.

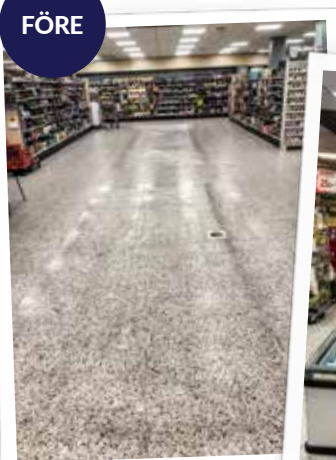
FOTO: PÅR EK

### Snabbt och smidigt byte

Snabba puckar! När de gamla fryssarna plockades bort gapade det tomt på butiksgolvet. Men på bara ett par dagar var de nya frysgondolerna på plats och handlaren Mikael Wretholm kunde fylla på med varor.

– Kunderna stördes inte nämnvärt och tack vare att omställningen gick så fort förlorade vi inte många dagars försäljning heller. Det var jättesmidigt!, berättar han.

FÖRE



EFTER



FOTO: MIKAEL WRETHOLM OCH MARIIT NORDKVIST

# Full fart på rekonden

# Här skapar NCS hållbarhet

Kvalitet, kontroll och noggrannhet är ledord när NCS tar helhetsgrepp på kylkedjan. Logistikavdelningen ser till att alla kylar hamnar på rätt ställe, i rätt tid. På rekonden mellanlandar de – och skickas inte vidare förrän de är som sprillans nya.



Fullt ös. Rickard Pettersson, Louise Vital och Conny Pettersson ser till att kylarna som lämnar rekonden levereras snabbt och säkert, i skick som nya.

**S**edan rekonden startades har lovorden haglat. Kunderna erbjuds alltså fullservice i alla delar av en kyls livscykel, något som förenklar hanteringen och förbättrar kvaliteten för dem. En mycket viktig länk i hela kedjan är just rekonden.

– Vårt motto här är att när kylarna lämnar oss ska de vara så fina och uppfräschade att man själv vill ta hem dem, säger Rickard Pettersson som jobbar på rekonden som gruppchef.

Han och kollegan Conny Pettersson, också han gruppchef, visar stolt runt på den nya, stora avdelningen som är fylld med kylar i olika stadier, vissa har precis kommit in och kyltestas medan andra är tvättade och reparerade och väntar på att få skickas tillbaka till kund.

– Vi är väldigt noggranna och tar varje steg i processen på allvar. Kylarna måste vara ordentligt genomgångna så att vi kan vara säkra på att reparationen fungerar långsiktigt, berättar Conny.

**Kyltestet är det första** nålsögat att ta sig igenom. Här testas kylarna under så pass lång tid att man ser om de håller temperaturen konstant eller dippar.

Mer eller mindre stora skavanker som dörrar med glapp och trasiga hylor åtgärdas. Blir det större fel på kylarna kan rekonden behöva kontakta kundsupporten som i sin tur kontaktar kunden.

– När det blir en större investering för en kund vill vi låta dem fatta det beslutet själva. Annars har vi högt i tak för egna beslut här. Det funkar bra eftersom alla medarbetare vet vilken

hög nivå vi ska hålla på kylarna, säger Conny Pettersson.

I övrigt rengörs kylarna noggrant, och vissa strajpas om på utsidan med nya logotyper.


**Louise Vital är spindeln** i nätet och ansvarar för logistiken på NCS. Det är hon som ser till att kylarna hamnar på rätt ställe, i rätt tid – både före rekonditioneringen och efter.

– Vi har skapat ett system som ger oss full kontroll i hela kedjan, säger hon.

Varje kyl ankomstregistreras och får ett serienummer och ett mottagarnamn. Både datum och klockslag registreras liksom en beskrivning av kylens status. Eftersom NCS hämtar och lämnar kylar med egna chaufförer blir kommunikationsvägarna korta även där, något som bidrar till både snabbheten och säkerheten i kedjan.

**Nöjda kunder** är det absolut viktigaste i hela verksamheten. Att lyckas åstadkomma det och dessutom göra det på ett miljövänligt, hållbart sätt är en ännu större utmaning.

– Absolut. Men eftersom vi har tagit hem hela kedjan under samma tak är det mycket enklare. Nu kan jag ju styra så att rutterna blir effektivare och inga bilar går halvtomma, säger Louise.

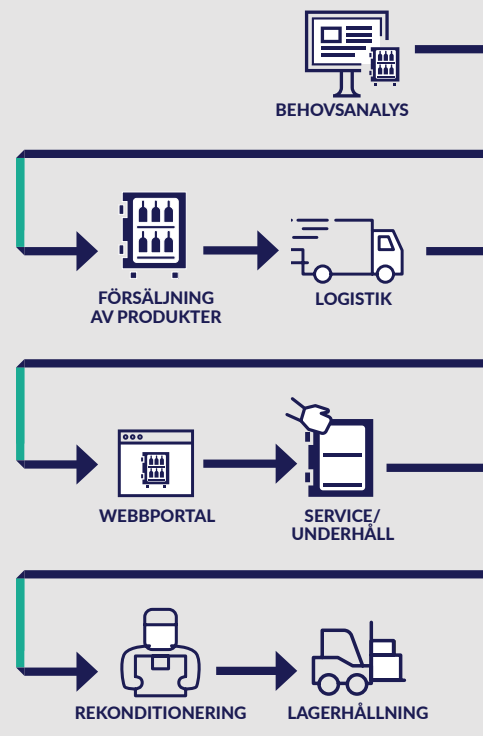
– På rekonden jobbar vi med miljövänliga metoder. Tack vare att vi ångtvättar mycket slipper vi använda starka kemikalier. Till och med gammalt klistert och avskavda loggor går bort med ångtvätten. Dessutom är ju vettigt rekond ett sätt att förlänga livet på kylarna, det är hållbart och miljövänligt i sig, berättar Conny Pettersson. 

## 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.



## Smidigt att ha hela kylkedjan under samma tak

**Arla Foods ingår ett större samarbete med NCS och får hjälp med lagerhållning, rekond samt transport till och från kund.**

– Det blir one stop shop för oss. Mycket enklare, och smart ekonomiskt, säger [Andreas Nordh](#), Shopper Instore Solution Manager på Arla Foods.

– Alla månader om böndernas pengar, och det här är



ett smart och bra sätt att hantera dem på eftersom vi bara betalar efter behov, säger Andreas Nordh och syftar bland annat på den ökade kontrollen av kylarna som helhetslösningen med NCS ger, men även på smidigheten

att ha hela kylkedjan under ett och samma tak och därmed slippa flera samarbetspartners.

– Dessutom är NCS oerhört proffsiga, lägger han till.

För Arla är det viktigt att förenkla för säljarna ute i butik. Det kan handla om att lämna snabba besked till kund, ta samtal direkt från butik och att snabbt och effektivt hantera service och reparation av kylar.

– Tack vare NCS och den här helhetslösningen blir det

möjligt, säger Andreas Nordh.

Arla har ett par hundra kylar som kräver service och rekonditionering. De flesta står ute hos kund, alltså i butiker runt om i landet, men en mindre del står på lager för att kunna skickas ut i butik vid behov.

Samarbetet förbereds nu och beräknas vara igång fullt ut från och med februari.



Daniel Näslund, butikschef på Ica Maxi i Köping, är jättenöjd med Blomsterbodas engagemang i blomavdelningen som alltid är säsongsbetonad och välfylld.

# Blomstrande butik – en riktigt bra affär

Blomsterbodas vision är att leverera de bästa blommorna till svensk dagligvaruhandel. Företaget står för en komplett helhetslösning som innefattar snittblommor och krukväxter, glas och keramik.

– Vi ska alltid vara ortens bästa blomsterbutik, säger Anders Karlsson, chef för kund och koncept på Blomsterboda.

Att som butik driva och få snurr på en fräsch och inspirerande blomavdelning kan vara svårt. Samtidigt är det en del av butiken som kan ge riktigt bra avkastning om den sköts rätt.

– Blommor är en varugrupp som fungerar som konkurrens-

medel butiker emellan. Den är lika viktig som en bra färskvaruavdelning, säger Anders Karlsson.

Blomsterboda står för helhetslösningen vilket bland annat innebär att butikernas blomavdelningar drifas

med hjälp av speciellt utbildad personal.

– Vi utbildar våra säljare till blomsterhandlare. Det är de som sköter butikernas avdelningar, berättar Anders Karlsson.

Specialistkunskapen kombineras med ett så kallat rackingkoncept: Själva exponeringsmöjligheterna i olika kylar och med olika delar. Allt tas fram efter butikens förutsättningar och kundmålgrupp.

Konceptet finns i dagsläget hos cirka 500 dagligvarubutiker. Företaget är ny kund hos NCS och ser framför sig hur möjligheterna till fler kylar med andra egenskaper kommer att förbättra möjligheterna ytterligare och utveckla blomsterförsäljningen i dagligvarubutikerna.

–Man kan säga att vi säljer lönsamhet till handlaren. Vi vet av erfarenhet att en butik kan öka sin blomförsäljning kraftigt med rätt sammansatt utbud exponerat på ett bra sätt, säger Anders Karlsson.

– Den chansen bör man som handlare inte missa!

NCS + Coolfors = Sant



Bredare produktportfölj tack vare samarbete

Nu breddar NCS Retail Solutions möjligheterna för slutkunden genom att ingå ett samarbetsavtal med Coolfors. Redan i januari startas det första gemensamma projektet på Ica Nära Kneippen i Norrköping.

Vad innebär det här egentligen?

– Det gör det lättare att tillgodose kundens behov.

I princip slår vi ihop NCS:s produktportfölj med Coolfors och vice versa, säger Martin Erlands-



son, NCS Retail Solutions.

Enligt både Martin Erlands-son och David Höijer, vd på Coolfors, är respektive företag en



helhetsleverantör av kyla till butik, men de två produktportföljerna är något diversifierade. NCS har specialiserat sig på plug-in-lösningar medan Coolfors har tyngdpunkten på centralkyla och de tekniska lösningarna kopplade till det.

– Tack vare det här samarbetet kan båda företagen erbjuda mer, och slutkunden får hjälp med en större helhet än den som respektive bolag kan erbjuda var för sig, bekräftar David Höijer.





Nyförvärvet som ska lyfta NCS till nästa nivå

# ”Mitt mål är att vi ska pricka rätt till hundra procent”

**Mikael Whern är ny produktions- och lagerchef på NCS. Han brinner för laget och ledarskapet, och är övertygad om att det blir hundra procent rätt gentemot kunden när teamet är sammansvetsat och jobbar mot samma mål. För NCS är rekryteringen ett sätt att säkra rätt kompetens för framtida utveckling.**

– Vi ser att vi kan växa ännu mer inom ett område där vi redan är ledande. Det vi erbjuder i form av en helhetslösning är unikt, och den positionen vill vi vara säkra på att behålla. Att rekrytera Whern är en viktig del i detta, säger Mikael Fyrphil, CEO på NCS.

**Under våren** ska kvalitetscertifieringen 9000-1 sjösättas och företaget har även planer på att kvalitetssäkra och optimera arbetsätten och rutinerna i hela lagerproduktionen à la Toyotas Lean-tänk.

– Vi är säkra på att Mikael med sin bakgrund kommer att kunna genomföra detta framgångsrikt,



**”Jag är bra på att få folk att jobba åt samma håll. Mitt mål är att alltid ha nöjda kunder som får det de begär”, säger Mikael Whern.**

fortsätter Mikael Fyrphil. Mikael Whern har lång erfarenhet av både produktionsut-

veckling- och ledning, och är van vid förändringsprocesser.  
– Jag gjorde min första

utvecklingsresa på Köpingsföretaget Hästens Sängar och fortsatte sedan till det internationella storbolaget Bombardier. De senaste åren har jag jobbat i olika projekt som konsult på Virtual Manufacturing, berättar han.

**Vad kommer du att bidra med till NCS utveckling?**

– Jag är bra på att få folk att jobba åt samma håll, mot samma mål. Min erfarenhet – bland annat från idrotten – är att ett vältrimmat lag levererar. Mitt mål är att vi ska pricka rätt till hundra procent, det vill säga alltid ha nöjda kunder som får det de begär, säger han.

**Hur är du som chef då? Eller ska vi säga lagledare istället?**

– Ja, lagledare är bättre! Jag är rak och tydlig och lindar inte in saker. Det brukar minimera missförstånden, både internt och i relation till kunder.

**Är du taggad?**

– Ja, absolut! Det här ska bli både spännande och roligt.

FOTO: LENNYE OSBECK

## Nytt koncept kräver ny kyla

Löfbergs har sysslat med kaffe sedan 1906. Nu satsar man på ett nytt koncept inom Ready to drink, och behöver en helt ny kylpark för sälj och marknadsföring.

–Vi vill verkligen sätta det här konceptet, och bra kylar är en viktig del i det, säger **Paul Mourad**, regional försäljningschef på Löfbergs.



–Vi vill alltid jobba så smart och effektivt som möjligt, och i det här fallet får vi god hjälp av NCS som tar hand om helheten kopplad till kylarna. De hämtar,

lämnar och rekondar. Allt det gör att vi kan fokusera fullt ut på försäljningen, fortsätter han.

Paul Mourad är imponerad över det säkra helhetsgreppet NCS har om kylarna. Särskilt

tacksam är han över att ha en specifik kontaktperson kopplad till sig i alla ärenden.

–Sari Kinisjärvi är fantastisk! Det är så enkelt att veta vem man ska ringa till och alltid veta att hjälp och service är nära till hands.

NCS och Löfbergs har haft ett samarbete sedan tidigare men i och med årskiftet förlängs och fördjupas det.



Sprillans nytt!

PLUG-IN | 9



"Det är som en ny butik. Här har man verkligen satsat, och prioriterat rätt genom att både jobba med upplevelsen i butik och priskommunikationen", säger Jimmy Eriksson, LTG Display. Ljushimlen över frukt- och gröntavdelningen har blivit riktigt lyckad. "Det blir en helt annan känsla och atmosfär", säger Maria Rowland.

# Nytändning i butiken ökade snittmarginalerna

## När Maria Rowland, handlare på Ica Nära Stuvsta, byggde om i butiken gjorde hon det rejält. Förnyat kundvarv och byte av kyla och inredning i all ära, men kundupplevelserna i butik skapar flest positiva reaktioner.

”S yftet med ombyggnationen var att skapa en häftigare kundupplevelse. Vi tappade en hel del kunder när vi stängde posten för nästan ett år sedan och kände behov av att locka nya kunder till oss, berättar Maria Rowland.

Ombyggnationen av butiken var omfattande. Kundvarvet gjordes om, all inredning byttes liksom kylan.

– Vi har inte jobbat med prisupplevelsen tidigare men med hjälp av LTG Display skyltar vi nu både på gavlar och hyllor, fortsätter hon.

Maria Rowland har köpt in en skrivare så att hon och övrig personal själva kan göra skyltar och skriva ut.

– Då blir det enkelt! Det är lätt att testa erbjudanden, och lätt att jobba med tillfälliga kampanjer.

För att lyfta känslan och atmosfären i butiken byggde man en ljushimmel över frukt- och gröntavdelningen. De färska bären exponeras med en LED-skylt som verkligen drar ögonen till sig och lockar till köp.

– Det är tuff konkurrens idag och som handlare behöver man jobba med det lilla extra och överraska kunden. Det här är ett sätt att göra det på, säger Maria Rowland.

### Har det givit någon direkt effekt i försäljningen då?

– Ja. Vi har ökat snittmarginalerna utan att öka priserna. Och så säger kunderna att de tycker det är både fint och trevligt här!

Jimmy Eriksson på LTG Display och före

detta handlare själv, brinner för att skapa lönsamhet i butik.

– När jag kommer ut till butikerna gör jag en första, generell översyn. Lockas kunderna att gå in i butiken? Hur är kundvarvet planerat? Får kunden inspiration till köp?, säger han och lägger till att det är lätt hänt att bli hemmablind som handlare i sin egen butik.

På Ica Nära Stuvsta har Jimmy varit en del i planeringen sedan ombyggnationen startade, och hjälpt till med prisupplevelse och skyltning samt den extra upplevelsen som ska göra att butiken sticker ut i den tuffa konkurrensen. I den här butiken är det bland annat ljushimlen i taket över frukt och grönt samt LED-skyltar som höjer känslan och upplevelsen i butiken.

– Den här sortens finlir är ingenting jag rekommenderar om man inte har sett över butiken i övrigt. Hos Maria satsar man extra mycket på frukt och grönt, då gör den här verkligen skillnad, säger han och nickar uppåt taket.

Att skapa en minnesvärd kundupplevelse är förmodligen den viktigaste trenden just nu inom retail, apropå den tuffa konkurrensen både i pris och av e-handeln.

– Så är det, det kan nog alla intyga. Att förnya butiken är jätteviktigt. Men det är minst lika viktigt att ha nöjda, kompetenta medarbetare som kan förvalta det genom att vara trevliga och serviceminded, poängterar Jimmy Eriksson. 🍎

### TIPS

Glöm inte att skylta i hyllan. Det är där den största försäljningen sker och det finns många marginalkronor att hämta hem genom att skylta rätt.

**Ljushimmel.** Skapar en härlig känsla i frukt- och gröntavdelningen. Dessutom syns den på långt håll, oavsett var i butiken kunden befinner sig.

**Prisupplevelse.** Att jobba med prisupplevelsen är A och O i butik. Med en egen storformatsskrivare är det enkelt att lösa själv. Och budskapen syns!

**LED-skylt.** Att exponera de färska bären vid den här skylten har gjort att försäljningen ökat.



### LTG DISPLAY OCH NCS I FRUKTSAMT SAMARBETE

LTG Display är en totalleverantör av butikskommunikation som jobbar med att öka försäljningen och lönsamheten i butikerna. Grunden i LTG är skyltprogrammet EasyDisplay som på ett enkelt sätt gör att butikerna kan göra skyltar både via skrivare på papper eller skicka direkt till digitala skärmar. Företaget samarbetar med NCS genom att hjälpa till med bra lösningar för gemensamma kunder. Ofta handlar det om att lyfta upplevelsen ytterligare i butik, bland annat genom skyltning och belysning. De kylar som säljs via NCS till butiker är alltid förberedda att kompletteras med LED-belysning.

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](http://WWW.GO-NC.SE)

**NCS**  
NORDIC COOLING SOLUTIONS

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