



NYT KONCEPT HAR FORBEDRET MÆRKNINGEN I NETTOS BUTIKKER

Danmarks største dagligvarekæde Netto har gennemført et stort optimeringsprojekt med henblik på at forbedre mærkningen i butikkerne. Målet er en klar forbedring af kundernes evne til at navigere i butikken og finde frem til de rigtige varer. Samtidig har det nye mærkningskoncept forbedret medarbejdernes arbejdsgange.

Vi kender det alle sammen – det kan virke uoverskueligt at navigere rundt mellem butiks-hylderne og finde de rigtige varer, eller netop det tilbud, man er på udkig efter. Det vil man gøre op med hos Netto, som har arbejdet intenst på et optimeringsprojekt med lancering af et nyt mærkningskoncept.

Projektet består af et samarbejde med it-virksomheden Delfi Technologies, der har hjulpet og rådgivet Netto under hele processen om at forbedre mærkningen i butikkerne. Det er sket gennem implementering af ny skiltning, der skal hjælpe og inspirere kunderne.

- Vores ambition har fra start været at lancere et nyt koncept, der først og fremmest gør det

nemmere for vores kunder, at læse og afkode skiltningen, så de kan finde nøjagtig det de søger. Sideløbende har vi kigget på, hvordan vi kan optimere medarbejdernes arbejdsgange i forbindelse med avisskift, som altid medfører en række opdateringer i butikkerne, fortæller Michael Tilsted, der er Senior Director - Head of Sales Operations hos Netto.

EN LANGT BEDRE OPLEVELSE

Det nye koncept i Nettos butikker omfatter hyldeforkanter samt A4-skilte. Den forbedrede mærkning inkluderer tydeligere skrift, større fokus på tilbudsvarer gennem brug af gule skilte, så kunderne hurtigt kan finde ugens tilbud. Derudover har Netto SPOT også fået en særlig markering på alle hyldeforkanter ved spotvarer.



Særlige produktlogoer skal samtidig være med til at guide kunderne. Det er bl.a. logoer som økologi, nøglehul, fuldkornsmærket, allergimærket, Svanemærket samt flag til visning af oprindelsesland, så man f.eks. hurtigt kan finde frem til de danskproducerede varer eller en speciel italiensk vin.

A4-skilte anvendes til at sætte ekstra fokus på tilbud rundt omkring i butikken og til synliggørelse af Netto+ tilbud. Denne type skilte anvendes også i frugt & grønt, hvor der er behov for større skiltning.

- Først og fremmest handler det om at forbedre oplevelsen for vores kunder, når de kommer og handler i vores butikker. Men det har samtidig også en enorm stor betydning, at et projekt som dette kan være med til at lette arbejdsgangene for vores medarbejdere, som hver dag gør en stor indsats ude i butikkerne, siger Michael Tilsted.

For medarbejderne betyder den nye løsning, at de ikke længere skal bøvle med flere stakke af papir og skille hyldeforkanter ad, da hyldeforkanterne nu printes enkeltvis og bliver opsamlet i en smart skuffe, der er udviklet specielt til Netto.

FLERE MULIGHEDER OG NYE TILTAG PÅ VEJ

Den nye mærkning har givet Netto en hel ny markedsføringsplatform med langt flere muligheder for at inspirere og hjælpe kunderne. Derfor har man også allerede planer om at udvide konceptet til nye områder. Ifølge Michael Tilsted vil man blandt andet integrere Nettos Scan&Go og QR-koder som en del af hyldeforkanterne.

Han nævner også, at Netto ønsker at anvende det nye koncept som et vigtigt værktøj i markedsføringen og særlige budskaber, som ønskes fremhævet – f.eks. tydelig markering



på nye varer og nye brands, men også visning af Vivino score på hyldeforkanterne i vinafdelingen og særlig information om forskellige smagsparametre.

- Vi har fået en unik mulighed for at tænke ud af boksen i forhold til, hvordan vi vil kommunikere med vores kunder. Derfor kommer vi til at lancere flere nye tiltag ude i butikkerne, fortæller han.

NY KLIMAMÆRKNING I NETTO

Som den første butikskæde i Danmark vil Netto også hjælpe kunderne med at træffe mere klimabevidste valg. Derfor tester Netto i øjeblikket klimamærkning af fødevarer, hvor skiltningen skal guide kunderne til de mindre klimabelastende alternativer.



- Heldigvis vil rigtig mange gerne gøre en forskel for klimaet og vores fælles fremtid. Det er derfor vores ansvar, som dagligvarebutik, at gøre det nemmere for vores kunder at vælge varer med lavere klimaaftryk. Nu vil vi Netto som de første i Danmark lancere en egentlig klimamærkning, der giver konkrete råd og vejledning til kunderne, mens de er i butikken, fortæller Michael Løve, der er direktør i Netto.

Printløsningen fra Delfi Technologies består af Epson TM-C3500 labelprintere og hyldeforkanter samt Epson WorkForce Pro til at printe de større A4-skilte. Derudover et specielt skuffesystem til labelprinterne, der opsamler de printede hyldeforkanter, så butikkerne let kan holde styr på de mange printjobs. Skuffesystemet er blevet specialdesignet til Netto gennem 3D print ud fra de nøjagtige behov.

OM NETTO

Netto er en del af Salling Group og er Danmarks største dagligvarekæde med mere end 500 discountbutikker fordelt over hele landet. Netto har også over 350 butikker i Tyskland og ca. 400 butikker i Polen. I 2020 opkøbte Netto desuden Tesco Polen, hvilket betyder at Netto

forventeligt ender med at have 700 butikker i Polen, når Tesco-butikkerne er konverteret.

OM DELFI TECHNOLOGIES

Delfi Technologies er en europæisk it-virksomhed, der udvikler og sælger stregkodeløsninger i forbindelse med vareregistrering og elektroniske hyldeforkanter - primært til detail-, lager og logistikbranchen samt sundhedsvæsenet. Delfi Technologies er vokset markant de senere år og råder i dag over 110 medarbejdere med kontorer i Danmark, Sverige, Norge, Tyskland, Italien og Vietnam.