

## / CASE STUDY

# Nyt butikskoncept med elektroniske prisskilte



## Elektroniske prisskilte smelter netbutik og fysiske butikker sammen

I et konkurrencepræget marked, der fordrer reaktionsevne og effektivisering, er Telia nødt til at være vågen når det gælder markedsføring og priser. Derfor er Telia konstant på udkig efter innovation, der kan forbedre kædens butikker og skabe nye forretningsmuligheder.

### **ELEKTRONISKE PRISSKILTE ER EN DEL AF NYT BUTIKSKONCEPT**

Telia har påbegyndt en større modernisering af butiksnettet og tilpasning af kædens butiksdesign. Foruden at styrke Telias butikskoncept, så skal det nye butiksdesign også være med til at styrke den gode kundeservice. Netop kundeservicen er i fokus når Telia, som et led i det nye butiksdesign, også er i gang med at indføre den cloud-baserede Breece-

løsning med elektroniske prisskilte i kædens 52 butikker.

Med ønsket om at opnå konstant opdateret produkt- og prisinformation på hylden tog John Remme, der er Retail Manager hos Telia, kontakt til Delfi Technologies A/S. John havde længe fulgt udviklingen inden for elektroniske prisskilte og det var blot et spørgsmål om timing før projektet med Breece Cloud og elektroniske prisskilte hos Telia kunne gå i gang.

### **NEMT AT KOMME I GANG MED CLOUD LØSNING**

Udrulningen af elektroniske prisskilte i Telias butikker er i gang og foregår via Breece Cloud, som blot kræver en internetforbindelse og en trådløs antenne for at komme i gang. Den trådløse antenne bruges til at sende data til og fra de

elektroniske prisskilte. Opdatering af hyldeforkanterne sker fra Telias hovedkontor, som håndterer de fysiske butikker såvel som netbutikken.

- Det har været utroligt nemt at komme i gang. Vi skulle bare slutte antennen til og linke vores produkter til skiltene - alt sker online og produktinformation kommer direkte fra hovedkontoret, fortæller John tilfreds.

### **MERE TID TIL KUNDERNE**

Løsningen frigiver allerede mere tid til butikspersonalet, da der tidligere blev brugt en del ressourcer på at skifte priser manuelt - tid som nu kan bruges på kundeservice i stedet.

- Når man løbende opdaterer priser er det rart at have fået elektroniske prisskilte. Når prisen bliver opdateret



## TELIA DANMARK

fra hovedkontoret, så bliver den samtidig sendt ud til de trådløse skilte i butikken. Det gør, at vi altid har opdaterede priser ved hylden. Før var vi nødt til selv at printe og skifte nye prisskilte. Det tager en del tid fra kunderne og den tid kan vi i dag kan bruge meget bedre, fortæller Martin Larsen, medarbejder hos Telia på Købmagergade i København.

### INDGÅR SOM ELEMENT I BRANDING

Eftersom de elektroniske prisskilte er trådløse har butikken en stor frihed til placering og montering af selve skiltene. Som en del af det nye butikskoncept, har Telia derfor valgt at integrere skiltene direkte i butikkens borde, hvor telefoner og tablets er præsenteret. Derudover er skiltene monteret på mobiltilbehør og andet udstyr.

- De elektroniske prisskilte indgår som et naturligt element i vores butikskoncept, fortæller John afslutningsvis, som også mener, at Brece-løsningen er med til at løfte butikkerne og skabe det professionelle udtryk, som Telia stræber efter.



### FAKTA

Teleselskabet Telia Danmark er gået fra at skifte priser manuelt hver gang en produkt- eller prisændring opstod, til at have en cloud-baseret og fuldautomatisk løsning med elektroniske prisskilte - noget som er med til at smelte netbutikken og de fysiske butikker sammen.

Breece Cloud og elektroniske prisskilte sikrer:

- korrekte priser i kassen og samtlige salgskanaler
- betydelige tids- og omkostningsbesparelser
- lettere håndtering af produkt- og prisopdateringer
- simpel implementering - kræver blot antenne og internetforbindelse