

Ica Provkök läggs ned

I ett pressmeddelande från Forma Publishing läser vi att provköksverksamheten i Ica Provkök läggs ned vid årsskiftet. Det är vikande efterfrågan på Provkökets tjänster som ligger bakom beslutet, skriver Forma i pressmeddelandet. Nedläggningen berör fyra medarbetare.

EU tillåter T-benstek?



EU-kommissionen har lagt ett förslag som kan bana väg för produktion av T-benstek inom EU. Förslaget är att kotpelare ska få användas från nötkreatur yngre än 24 månader. Enligt de BSE-bestämmelser som gäller idag måste djuret vara yngre än 12 månader.

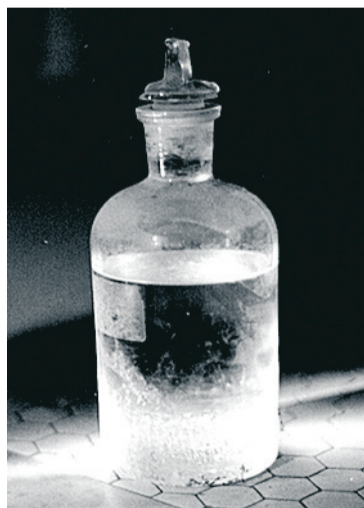
Innan Kommissionen kan fatta beslut ska EU-parlamentet ta ställning till förslaget.

Nytänk hos Carlsberg

Krisdrabbade Carlsberg Sverige byter ut sin marknadsdirektör Niklas Forser. Tjänsten som marknadsdirektör kommer att slås ihop med en key account manager funktion, dvs även ha ansvaret för de stora kedjorna. Bedömare menar att det är ett uttryck för att även de större leverantörerna numera tvingas sköta allt mer av sin marknadsföring genom kedjorna.

Nylligen anställd bryggerijätten Peter Kandel som operativ marknadschef för Sverige. Närmast kom han från Vin & Sprit.

Spritskatt diskutabel i näthandeln



Oskattad eller skattad.

Tullen och skatteverket utreder återigen hur man kan komma åt den omdiskuterade alkoholskatten vid internetförsäljning. Av den totala svenska alkoholkonsumtionen beräknas en procent ligga på näthandeln. Skatteverket menar att rättsläget är solklart, det vill säga att skatt ska betalas, oklart dock om det är köparen eller nätagenten. Internetbutikerna hävdar dock att det handlar om varors fria rörlighet över gränserna, och att ingen skatt ska betalas.

September bra månad för ICA

ICA-handlarna sålde varor för preliminärt 6 474 miljoner kronor under augusti. Det är en ökning med 349 miljoner kronor eller 5,7 procent. För jämförbara enheter blev ökningen 4,6 procent.

Sedan årets början har man därmed sålt varor för 59 762 miljoner kronor. Det är en ökning med 2,2 procent totalt och 1,9 procent för jämförbara.



Netto säljer flygbiljetter

I veckan började lågpriskedjan Netto sälja flygbiljetter för Danish Air Transport mellan Köpenhamn och Bornholm. Priset är endast 95 kronor och fler destinationer väntas marknadsföras av parterna framöver. Allt enligt danska tidningen Børsen.



"Spioner" i butik

Allt fler butiker och företag "spionerar" på sina anställda. Och ett av verktygen man använder sig av är så kallade Mystery Shoppers. Det vill säga anonyma kunder som observerar och noterar hur företaget agerar på punkter som man önskar följa upp.

Från början kommer företeelsen från USA. Idén bygger på att butikspersonal lätt blir hemmablind och inte ser hur de kan förbättra servicen för sina kunder. Med hjälp av "spioner", eller så kallade Mystery Shoppers, kan brister upptäckas och kvalitén höjas. Men det är inte frågan om besvärliga kunder som provocerar fram brister. Utan tanken är att shopparen ska smälta in och representera företagets typiska kundkrets.

– En fråga som dagens företag allt mer är intresserade av än tidigare är hur de anställda egentligen uppför sig mot kunderna. Och butiker och andra företags interna kontroller räcker inte. Därför hjälper vi dem, säger **Veronica Boxberg Karlsson**, vd på företaget Better Business, som idag cirka 20 000 shoppare och en beräknad omsättning på 10 miljoner kronor.

Veronica berättar för Butikstrender att Mystery Shopping kan genomföras personligen, via mail eller telefon, per post eller Internet. Och hon berättar också att företaget har uppdrag i hela Norden.

Bland de stora kunderna finns idag dagligvarukoncernen Axfood, Burger King, Statoil och Sheraton.

Handlar inte om spioneri

– Det är viktigt att framhålla att det inte handlar om spioneri. Utan syftet med Mystery Shopping är att kartlägga butikernas förbättringsmöjligheter genom att ge uppdragsgivaren feedback på hur man uppfattas ur kundperspektiv, säger Veronica som betonar att

matbutiker, stormarknader och fackhandelsbutiker. Resultatet visas i jämförelse med genomsnittresultatet för övriga i samma kategori i regionen och totalt i Sverige. Det går också lätt att se enhetens resultatutveckling under den 12 månaders period som enheten deltar, säger Veronica.

Axfood en av storkunderna

Axfood som äger Hemköp, Willys och Willys hemma är en av Veroni-

cas om att höja kvalitén."

Även anställda som varit utsatta för de falska kunderna tycker att det är ok. Till exempel så har Hemköp City mitt i Stockholm fått några oanmälda besök.

Ica och Coop tar tempen själva

Men varken Ica eller Coop använder sig av några Mystery Shoppers. **Jonas Gunnarsson**, som är chef för marknad och kundanalys på Ica, säger till Butikstrender att Ica delvis har använt konceptet i Norge för att förbättra sina verksamheter.

– I Sverige har vi inte nyttjat den här tjänsten. Vi hjälper istället handlarna att skicka ut enkäter med frågor till sina befintliga kunder. Vi vill att framförallt våra stamkunder sätter ett betyg baserat på genuina erfarenheter av butiken, säger Gunnarsson och tillägger:

– För att en butik ska bli så bra som möjligt är det viktigt att veta vad ett större antal kunder tycker.

Thomas Johansson, chef för marknad och affärsutveckling på Coop, talar även han om att man inte använder sig av är så kallade Mystery Shoppers.

– Vi har egna interna processer som tar temperaturen på butikerna när det gäller att se hur vi kan förbättra service och butiksutrustning för våra kunder. Men det är inte omöjligt att vi i framtiden kommer att använda oss av konceptet Mystery Shopping. ■



"Vi skickar anonyma kunder, som noterar, iakttar och rapporterar"

konkurrensen om kunderna ökar och därmed kravet på god service.

– Vi skickar anonyma kunder, som noterar, iakttar och rapporterar.

Ytterligare koncept på gång

I slutet av året kommer Veronica och hennes företag med ytterligare ett koncept, Svenskt Service Index, SSI. Det kommer att vara ett standardiserat verktyg som gör det möjligt att jämföra resultat från kedjor med olika koncept.

– SSI är riktat till bland annat kategorierna köpcentrum, klädbutiker,

cas senaste storkunder. Hur mycket Axfoods satsning på falska kunder har kostat vill vice vd och chef för affärsutvecklingen, **Anders Nyberg**, inte avslöja.

På Handelanställdas förbund anser man att tjänsten är "onödiga pengar" och pekar på riskerna för en orättvis bedömning. Men att arbetsmetoden skulle vara ojust och till exempel ett övertramp på de anställdas integritet håller Axfoods vice vd inte med om. "Ambitionen är inte att spionera och vi pekar aldrig ut några enskilda individer. Utan det handlar bara