

CASE: SALLING GROUP

Fokusområder:

- *I kan skrive en målrettet tekst.*
- *I kan samarbejde om at løse en opgave.*
- *I har viden om branding, argumentation og virkemidler.*

salling group

Salling Group er en af Danmarks største detailhandelskoncerner med mere end 1500 butikker fordelt på kæderne føtex, Bilka, Netto, Salling og BR. Hos Salling Group er der over 50.000 medarbejdere med mange forskellige uddannelser.

Ud over Nettos eget private label Premieur, SPIR og ØGO forhandler de også mange andre producenters produkter. Netto vil gerne promovere deres egne økologiske mærker højest. For at kunderne skal købe Nettos private label, kræver det, at varerne er placeret på den helt rigtige hyld.

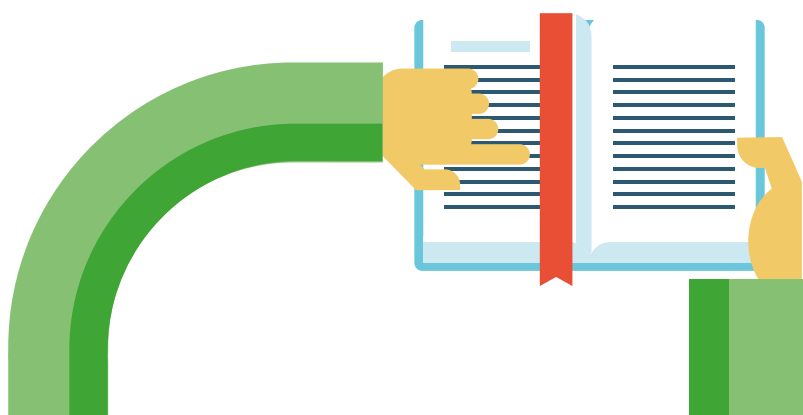
I denne opgave skal I hjælpe Netto med at indrette deres hylder, da varernes placering har stor betydning for, om kunderne ligger mærke til varen. Tænk jer godt om, for ikke alle pladser sælger lige godt.

Opgaven består af 2 dele:

- *Dråben og timeglasset*
- *BÆREdygtighed*

PRIVATE LABEL

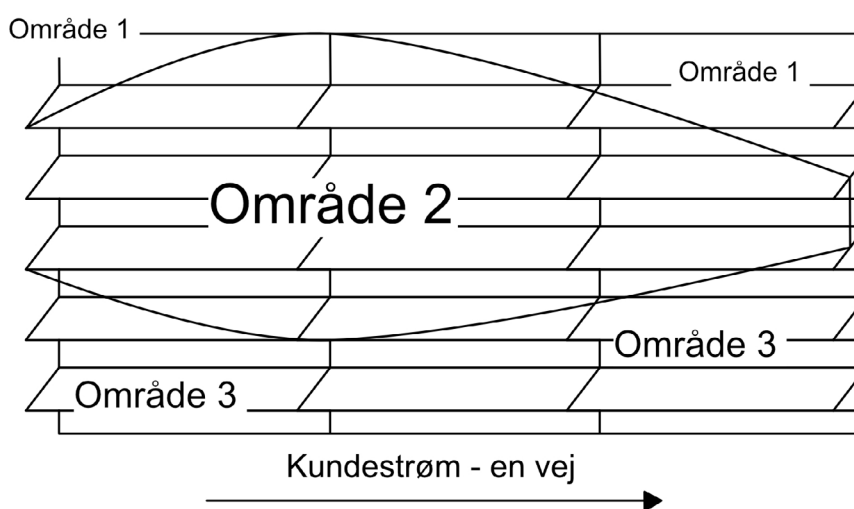
Private label er betegnelsen for butikskæders egne produkter, der ofte er billigere og mere brandede end de varer, som producenterne sælger under eget navn.



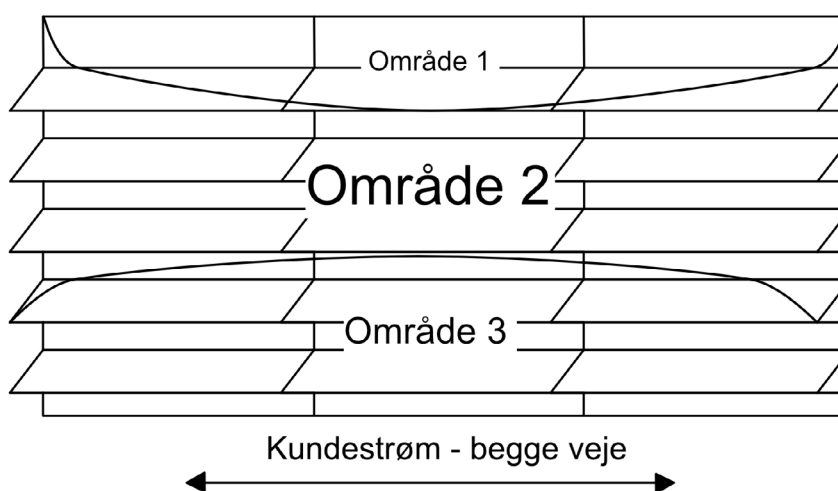
OPGAVE 1: DRÅBEN OG TIMEGLASSET

Netto vil gerne være endnu bedre til at fremhæve og sælge deres private label. For at kunne det, kræver det, at de fanger kundernes opmærksomhed. Til det anvendes de to metoder "dråben" og "timeglasset". I kan se de to metoder herunder:

Zoneinddeling - Dråben



Zoneinddeling - Timeglasset



Størrelsen på teksten i hvert område viser, hvor meget opmærksomhed varerne får. "Dråben" anvendes, når kunderne kun bevæger sig én vej forbi hylden. "Timeglasset" anvendes, når kunderne kommer fra begge sider.

I begge tilfælde gælder, at de bedste salgspladser er lige i øjenhøjde eller lige under øjenhøjde. Placeringen kan dog også afhænge af, om der er tale om en let eller tung varetype.

Når Netto arbejder med indretningen af deres hylder, kaldes det for space management. I kan læse om space management i boksen.

SPACE MANAGEMENT

Planlægning af vareopstillinger og varerepræsentation. Målet er at forbedre kundeoplevelsen og øge butikkens omsætning og fortjeneste.

Space management handler kort fortalt om:

- *den rigtige vare*
- *på den rigtige plads*
- *med det rigtige brand*

Til den indledende runde blev I introduceret for fem kundetyper. I skal nu arbejde med de samme kundetyper igen:

SKATTEJÆGEREN er mest interesseret i at gøre en god handel.

ILDSJÆLEN er mest interesseret i at handle etisk og bæredygtigt.

SUNDHEDSKRIGEREN er mest interesseret i at handle sundt.

LEVEMUNDEN er mest interesseret i oplevelser; fx nye smagsindtryk og historier om produkterne.

FUNKTIONALISTEN er mest interesseret i at få sine indkøb hurtigt overstået.

Jeres opgave er at indrette to hyldektioner – en efter dråben og en efter timeglasset. Hver hyldektion skal henvende sig til en bestemt kundetype, som I selv vælger. Varerne og deres placering skal henvende sig til de to kundetyper, I har valgt. Til jeres to hyldektioner skal I vælge to af de tre pladser, der er markeret på plantegningen.

I kan se plantegningen af Netto butikken i bilaget.

I kan se en oversigt over varerne i bilaget.

I kan vælge varernes placering på hylder i dropdown-menuen i bilaget.

Jeres opgave er at udfylde hylderne med varer og argumentere for jeres valg.

OPGAVE 1.1

Udfyld de to hyldektioner i dokumentet hyldektion og tag billeder/screenshots af dem.

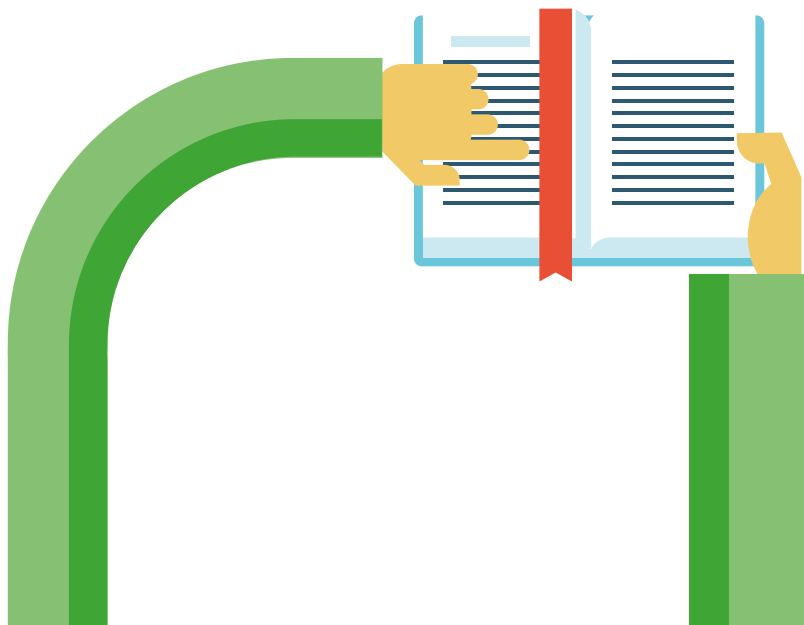
OPGAVE 1.2

For hver af de to hyldektioner skal I argumentere for:

- *hvordan I har brugt "dråben" eller "timeglasset" og hvorfor*
- *hvordan hyldektionen henvender sig til den kundetype, I har valgt.*

I bliver bedømt på, om I:

- *argumenterer for jeres valg af kundetype*
- *argumenterer for, hvor I vil bruge "dråben" og "timeglasset"*
- *bruger elementer fra "space management"-boksen*
- *har indsat et billede af jeres opstilling af varer*



OPGAVE 2: BÆREdygtighed



Det er vigtigt for Netto at give kunderne mulighed for at træffe bæredygtige beslutninger og som butikskæde være med til at promovere den grønne omstilling. Netto arbejder derfor løbende med at hjælpe kunderne til at træffe bæredygtige beslutninger. Ved kassen har kunderne mulighed for at købe en bærepose i tynd plastik eller en genanvendelig bærepose. Netto oplever, at mange af deres kunder køber den billige bærepose i plastik, og oftest bliver posen ikke genbrugt. Kunderne der køber den genanvendelig bærepose, er mere tilbøjelige til at tage den med, når de handler.

Du kan læse mere om Nettos plastikposer og genanvendelige bærepose her:

<https://netto.dk/inspiration/din-hverdag/husk-dit-indkoepsnet-for-miljoeets-skyld/>

OPGAVE 2.1

I skal skrive to reklametekster, som henvender sig til to forskellige kundetyper. Reklameteksterne skal stå i Nettos tilbudsavis. Målet med reklameteksterne er at få flere til at købe den genanvendelige bærepose. I jeres reklametekst skal det fremgå:

- *hvilke fordele der er ved at købe den genanvendelige bærepose*
- *hvilke ulemper kundetyper undgår ved at købe den genanvendelige bærepose*

Under hver reklametekst skal I skrive, hvilken kundetype teksten henvender sig til.

I skal ikke lave billeder eller tegninger til de to reklametekster.

OPGAVE 2.2

I skal skrive en catchphrase som skal stå på den genanvendelige bæreposen, I skal lave en figur eller et logo som indrammer jeres catchphrase. I skal indsætte jeres figur eller logo som en del af jeres besvarelse.

I skal forklare jeres tanker bagved jeres catchphrase, og hvordan den ligger op til at træffe bæredygtige beslutninger.

I bliver bedømt på om:

- *jeres reklametekst henvender sig til kundetypen*
- *om I beskriver fordele og ulemper*
- *I har skrevet en catchphrase*
- *I har vedhæftet et billede af jeres figur eller logo*
- *I skriver sprogligt og grammatisk korrekt*



AFLEVERING

Når du er klar til at uploade din besvarelse, skal du gemme din besvarelse som pdf og aflevere den.

Bruger du Microsoft Word skal du i øverste venstre hjørne trykke på
Filer → Gem en kopi → vælg PDF i dropdown menuen

Bruger du Google Docs skal du i øverste venstre hjørne trykke på
Fil → Download → PDF