



Butiks *indretning*

Tjek din butiksindretning.



hey – og tak!

**TAK fordi du tappede ind -
og FEDT at du har lyst til at
gå i dybden med
butikssindretning :-)**

Jeg hjælper til dagligt virksomheder - både store og små - med en masse opgaver omkring udvikling af butikken.

Blandt andet **butikssindretning**.

Butikken er en af dine vigtigste salgskanaler - og den er en af de tungeste poster på budgettet.

Brug tjeklisten på de kommende sider, til at tjekke om din butik arbejder godt nok for salget.

Lad os tage de første skridt mod at gøre din butik til en effektiv salgsplatform – jeg er her for at hjælpe dig hele vejen!



HELT KORT OM butikssindretning

IKKE KUN FOR DE STORE!

Det er en myte og en *stor misforståelse* at det, at arbejde professionelt med butikssindretningen, kun er for store virksomheder.

Det er (mindst) lige så vigtigt for en lille virksomhed at være knivskarp på hvordan man bruger butiksarealet, så det tjener huslejen hjem og bidrager effektivt til salget og kundeoplevelsen.

Jeg har gennem mange års opgaver, udarbejdet et **koncept til butiksudvikling**- altså en helt særlig måde at arbejde med butikken, som gør det overskueligt og enkelt at arbejde med udviklingen - inklusive butikssindretning.

Jeg ser butikken som en **salgsplatform. En maskine** der skal skabe salg - på **kort sigt og lang sigt, direkte og indirekte** - og samtidigt arbejde for kundeloyalitet, branding og kundeoplevelse.

Og derfor er der flere ting der skal overvejes og tænkes igennem, når man arbejder med butikssindretning.

Start her med tjeklisten, så du får et indblik om og måske hvor der måske skal justeres.

LETS GO!

OM tjeklisten



I tjeklisten introducerer jeg 3 gamechangers indenfor butiksindretning.

De har kæmpe indflydelse på kundernes oplevelse af at handle hos dig og som afgør hvor god butikken er til at sælge.

Så...

Lav en lækker kop kaffe eller the - og find så et roligt hjørne hvor du kan sidde uforstyrret i en halv times tid, og kig nærmere på din virksomhed.

Når du er færdig med tjeklisten, så overvej hvad det ville gøre for dig - for omsætningen, din effektivitet, for roen i maven og nattesøvnen - for alvor at gå i dybden med forretningen.

At fordybe sig i den og kigge på hvor den trænger til fornyelse og udvikling - for salget og for at fremtidssikre.

TJEKLISTEN

kundeflow

KUNDEFLOW

Kundeflow - kunderne **skal rundt i så meget** af butikken som muligt.

Det er veldokumenteret at **jo længere tid** de opholder sig i butikken, **og jo flere produkter** du får vist dem, jo **mere sælger** du.

Hvor godt står det til lige nu med kundeflowet?

Hvor meget får du kunderne **rundt i butikken** OG hvor **lang tid** bruger de gennemsnitligt i butikken?

Noter dine observationer – prøv at konkretisere dem i tal (procenter) så du får et reelt overblik:

TJEKLISTEN kundeflow

KUNDEFLOW

Prøv at tegn en skitse over din forretning og skravér de døde områder (de områder hvor ingen eller meget få kommer forbi og bruger tid i).

Hvor stor en procentdel af dit samlede areal er et dødt område?

Overvej hvis forretningens døde områder blev forvandlet til salgsstærke områder.

Hvad ville det betyde for din omsætning?!

Hvis dine kunder lige nu kun kommer rundt i 40-60% af butikken, ligger der et **kæmpe potentiale** for at øge dit salg!



**Helt normalt starter-tal
for mange butikker!**

TJEKLISTEN areal udnyttelse

BUTIKSAREALET

Bruger du butikken (og huslejekronerne) på bedste måde i forhold til at skabe salg - **og** skabe kundeoplevelse og loyalitet?

Huslejen er et af de tunge poster på budgettet - sørg for at du får **optimalt udbytte** af huslejekronerne.

Mange bruger kun butikslokalet til at være **åbent lager**: et lokale hvor der lagres produkter indtil de (forhåbentligt) bliver solgt.

Men du kan bruge lokalerne på såååå mange andre måder også. Måder der giver mulighed for at få kontakt til kunderne på helt andre måder.

TJEKLISTEN

areal udnyttelse

BUTIKSAREALET

Udover at være 'lagerhotel' for produkter, kan du altså **bruge butiksarealet på mange spændende måder**, der **alle skaber trafik** til butikken OG som skaber kundeoplevelser, synlighed, nysgerrighed og kundeloyalitet - og altså **styrker den oplevelse og den relation** kunderne har til dig og din forretning.

Hvad bruger du lige nu butiksarealet til??

Produkter og butiksinventar (Fortsæt listen:)

HELT KORT OM butiksinretning

DEN VISUELLE OPLEVELSE

Den **visuelle oplevelse** - æstetikken - har også kolossal indflydelse på hvordan kunderne oplever din butik.

Cirka 80% af den information der lander i dine kunders hjerne, kommer ind gennem synssansen - altså **det de ser**. Også når de er hos dig.

Det er vigtigt at være bevidst om at **vi har forskellige æstetiske præferencer** - altså forskelligt hvad vi synes er lækkert/flot/fedt/smukt.

Så, **om** du lykkes med det visuelle - på den rigtige måde - har bl.a. **gigantisk indflydelse** på om dine vinduesudsmykninger får kunderne ind ad døren og om de får **lyst til at gå rundt** i butikken - men også om de bliver **grebet af stemningen**, produkterne, the vibe, magien (fortsæt selv) - når de er i din butik.

Og at **kunne skabe 'dén der' følelse** er vigtig - i forhold til salget.

HELT KORT OM butiksinretning

DEN VISUELLE OPLEVELSE

Lad os bruge et par minutter på at vurdere den visuelle oplevelse som din virksomhed lige nu tilbyder.

	I HØJ GRAD	EN GANG IMELLEM	SJÆLDENT
Kunderne kommer ind fordi de har set noget i vinduet:	☐	☐	☐
Kunderne får tydeligt øje på ting i butikken og går hen til:	☐	☐	☐
Kunderne fordyber sig i 80% af butikken eller mere:	☐	☐	☐
Kunderne går direkte hen til kassen og kigger meget lidt rundt:	☐	☐	☐
Kunderne finder ofte noget selv, som vi starter en dialog på:	☐	☐	☐
Kunderne kommer hyppigt forbi 'for lige at kigge':	☐	☐	☐
Der kommer ofte nye kunder der er sendt herhen af andre:	☐	☐	☐
Vi har mange opsalg og impuls køb:	☐	☐	☐
Vi har god tilslutning til vores øvrige aktiviteter:	☐	☐	☐
Vi mærker en høj grad af reel loyalitet (dvs. de KØBER hos os):	☐	☐	☐



Indsatsområder

Herunder skriver du hvad fandt ud af du vil forbedre:

OMRÅDE	Hvad mangler	Hvad skal gøres
Kundeflow		
Arealudnyttelse		
Visuelt udtryk		

Sådan!

Nu er du de første, vigtige skridt nærmere et effektivt og velsmurt butiksareal.

At arbejde med butiksindretningen, er i virkeligheden det samme som at professionalisere virksomheden - og dét er vigtigt, i en verden hvor der er absurd stor konkurrence om kunderne.

Jo mere professionelt og målrettet du arbejder med butikken, indretningen, arealudnyttelsen, det visuelle udtryk osv. - jo mere får du ud af husleje kronerne - OG jo mere fremtidssikrer du din virksomhed.

Og ikke mindst skaber det luft og overblik til dig.

Overblik over hvad der skal gøres - og hvor der skal sættes ind - og en plan for hvordan tingene skal foregå i fremtiden. Og det giver ro i maven og bedre nattesøvn. 

Go' fornøjelse!

KH
Stine

