

Fargerike satses på digital kommunikasjon

Farge- og interiørkjeden Fargerike har gjennomført en modernisering av sine butikker. Digitale skjermer skal bidra til å skape mer innovative løsninger.

I første omgang har man valgt å plassere en 40 tomers skjerm i hver av kjedens 117 butikker. Disse skal benyttes til å kommunisere fokusprodukter, samt formidle annen nyttig informasjon.

Todelt effekt

I følge markedssjef Anders Jordbekken i Fargerike er dette starten på en ny satsing fra kjedens side.

– Det er del av en generell

modernisering av butikkene våre. Digitale skjerm-løsninger gjør at de blir litt mer innovative og i tiden, sier Jordbekken.

– Vi håper på en todelt effekt med denne løsningen. Skjermene hjelper oss å fokusere på de produktene vi mener er viktige opp mot forbruker. Samtidig tror vi at det vil ha en positiv effekt for de ansatte, som vil bli mer oppmerksomme på det produktet, eller konseptet som går på skjermen. Det viktigste er selvfølgelig å

nå ut til kundene, men bieffekten mot de ansatte er også viktig å få med seg.

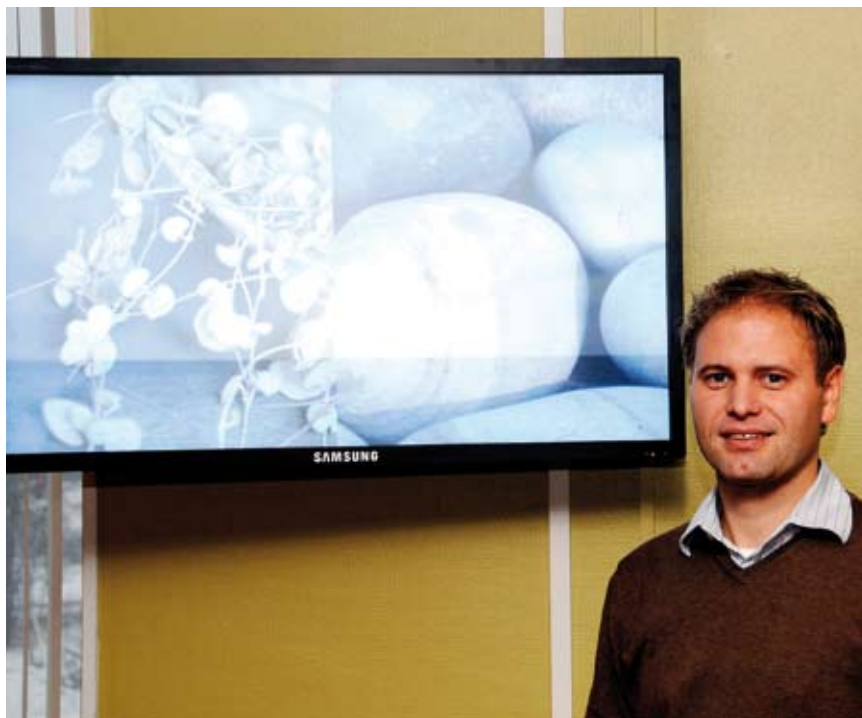
Utviklingsmuligheter

Systemet er nå etablert i alle Fargerike-butikker, og det er produsert innhold som er lagt ut på skjermene. Innholdet produseres sentralt, og sendes ut via Internett.

– Alle pc-ene i de ulike butikkene er online, og innholdet legges ut sentralt og kommer opp på skjermene i hele systemet, forteller Jordbekken.

Fargerike vurderte flere forskjellige aktører og systemer før man til slutt valgte ConnectIT. Jordbekken mener man har fått en innovativ løsning som passer de behov kjeden har.





MÅLRETET BUDSKAP: Som en del av en generell modernisering har Fargerike nylig installert skjermløsninger i alle sine 117 butikker over hele landet forteller markedssjef Anders Jordbekken

– Det at ulike budskap kan tilpasses avdelinger med ulike kommunikasjonsbehov var viktig for oss. Det samme var

muligheten for påbygning. Foreløpig har de fleste butikkene kun én skjerm, men løsningen gir muligheter for et ubegrenset

antall skjermer samt å ha opp til fire forskjellige budskap kjørende. Det er styrken med dette systemet, sier Jordbekken.

Entusiasme

Han påpeker at digitale skjermløsninger på mange måter er et umodent marked som innkjøper ikke nødvendigvis får så veldig lett får oversikt over.

– Man må orientere seg en god del på forhånd, og det er mange forskjellige tekniske løsninger som ligger til grunn for de ulike systemene. Det krever litt tid å sette seg ordentlig inn i forskjeller, styrker og svakheter ved disse, sier Jordbekken.

– ConnectIt hadde gode og innovative løsninger som passet godt for oss. De viste dessuten stor entusiasme og oppfølging underveis i prosessen, og vi opplevde at de brenner veldig for det de driver med. De hadde mål og visjoner for hva de ville med sine løsninger, og totalt sett ble dette avgjørende for oss, avslutter han.

RICHARD ØLMHEIM
richard@kjedemagasinet.no