



Stormarknad med färskvarukänsla

Willys, som är ett dotterbolag till Axfood, driver 160 stormarknader i Sverige med fokus på lågt pris, brett sortiment och med känsla av färskvarubutik.

Med ett stort flöde av kunder och i många fall stora inköp per kund är naturligtvis processerna för att hantera både kundernas inköp i butiken, betalning och logistiken viktig. Därför har Willys sedan flera år jobbat bland annat med Extendas lösning för Self Scanning och Self Checkout.

"Det är viktigt att kunden i alla lägen, förutom låga priser och hög kvalitet på våra produkter, uppfattar det som smidigt att handla på Willys. Därför jobbar vi mycket just med betalningsprocessen och ser hur en allt större del av kunderna väljer att själva scanna sina varor och även själva klara betalningen genom "Självutcheckning", säger Patrik Strandberg, IT-chef på Willys.

Smidiga flöden viktiga för både kunden och butiken

Förutom att hantera flödena av varor och kunder smidigt i butikerna, jobbar Willys kontinuerligt med att utveckla funktionaliteten mellan kassorna, back office och ordersystem genom bland annat autoorder för att hela tiden optimera inköp och lagerhantering.

"Det är viktigt för oss att tänka på helheten i butiken, så att flödena blir optimala. Det innebär att vi exempelvis utvecklat ett styrsystem för att hantera priser och kunna skapa kampanjer på vissa varor vid valda tillfällen. Vi har även implementerat system för att hantera elektroniska tjänster som kuponghantering, presentkort och värdeaviv, fortsätter Patrik Strandberg.

För att implementera dessa komplexa system och kunna utveckla dem över tid har Willys helt eller delvis i kombination med andra system valt Extenda som leverantör av kassalösning, självscanning, backoffice, beställning och integration av skyltsystem.

Selfscan och self-checkout ger nöjdare kunder och effektivare processer hos Willys

"Extenda har, förutom bra, funktionella och stabila produkter, också erfarenhet och förståelse för dagligvaruhandeln, vilket är viktigt för oss. Dessutom har deras förmåga att anpassa produkterna till våra förutsättningar och befintliga system varit viktigt", säger Patrik Strandberg vidare.

Projekt för ständiga förbättringar

Stormarknader som Willys butiker innebär inte bara att hantera varor och kunder, utan också en rad andra funktioner och relationer med kunderna, som inte syns direkt, som att hantera åldersgränser på ett antal produkter, minimera svinn i olika situationer och samtidigt uppfylla affärsidén om "Sveriges billigaste matkasse".

"Vi driver kontinuerligt ett antal projekt inom Willys och Axfood, där vi låter olika delar i verksamheten arbeta fram önskemål om förändringar och förbättringar för att hela tiden utveckla stöd för verksamheten i den riktningen vi önskar. Vi jobbar sedan igenom ett antal av förslagen och använder dem i kravställningen mot Extenda och våra andra leverantörer. I dessa fall har Extendas flexibilitet och vilja att hela tiden lösa våra önskemål och problem varit till stor fördel", menar Patrik Strandberg.

"Integration av olika system och leverantörer är en självklarhet i en komplex miljö som Willys och vi ställer därför stora krav dels på att våra leverantörer klarar öppenhet mot angränsande system och applikationer, men även att våra leverantörer och deras konsulter har en bred kompetens och förståelse för våra behov och den kontinuerligt snabba utvecklingen och förändring vi ständigt befinner oss i", avslutar Patrik Strandberg.

Fakta Willys

- Dotterbolag till Axfood
- 3.266 anställda
- 166 egna butiker (varav 42 Willys hemma)
- 1.400 kassor
- 9.000 artiklar i butikerna
- 18 miljarder i omsättning
- Samtliga butiker har miljömärkts med Naturskyddsföreningens Bra Miljöval

EXTENDA AB

Adolf Fredriks Kyrkogata 2
SE-111 37 Stockholm
Tel: +46 8 503 37 000 Fax: +46 8 503 37 001
info@extenda.se www.extenda.se

För ytterligare information, kontakta:

Stefan Täckdal, kundansvarig,
Mail: stefan.tackdal@extenda.se
Tel: 08 - 505 37 053