

Ull i Uppland

PopUp koncept



Strategiutveckling

Ull i Uppland

Materialet är ett utdrag (med vissa tillägg) ur en strategisammanställning utarbetat med stöd av Upplandsbygd Lokalt Ledd Utveckling - Leader i samarbete med Länshemslöjdskonsulenterna på Upplandsmuseet

Erika Åberg

samordnare Ull i Uppland
augusti - december 2016



PopUp koncept - den tillfälliga butiken

PopUp-butiken som form är dynamisk. Den som byggs upp under en begränsad period för att sedan packas ihop igen. Den skapar uppmärksamhet och ger kunderna en upplevelse av något nytt och spännande. För en förening som Ull i Uppland ger det en tydlig och spännande form att arbeta med och ett bra forum att få visa och göra produkterna synliga och tillgängliga tillsammans som ett komplement till den egna försäljningen. Tillsammans skapar produkterna en unik helhet och med olika teman och urval är butiksformen oerhört användbar och effektiv. Principerna, ramarna, tidsplanen med checklista nedan kan appliceras på alla sorters tillfälliga verksamheter egentligen, så låt den vara en utgångspunkt som ni kan anpassa och ändra efter skiftande behov.

Principer

Vilket ansvar har försäljaren/deltagare respektive föreningen/anordnaren? Formulera det tydligt i ett kontrakt/regeldokument som man undertecknar för deltagande. I ett sådant dokument är det också viktigt att det framgår att varje försäljare själv ansvarar för att sköta sin ekonomiska redovisning. Formulera också sådant som kan verka självklart som att försäljaren själv ansvarar för att de egna varorna är korrekt och tydligt märkta, den tydligheten har alla inblandade allt att vinna på.

Fundera över vilka kriterier det finns för att delta. Förutom medlemskap kanske märkningen "Ull i Uppland" och dess principer - formulera det också i skrift så är det enkelt att återkomma till.

Urval

För att göra ett bra urval av produkter föreslås att ni tillsätter ett produktråd. Alltså en arbetsgrupp vars uppgift är att bedöma produktens kvalitet och huruvida den passar in i urvalet/temat. Detta handlar alltså inte nödvändigtvis om huruvida produkten är bra utan om att den skall passa sammanhanget ni enats om samt hålla god kvalitet.

För att undvika obekväma situationer är det viktigt att de som väljer ut produkterna inte själva är aktuella som försäljare vid det aktuella tillfälle. Ett förslag på sammansättning av en sådan grupp är Gunilla Paetau-Sjöberg (konstnär/författare/kursledare), Annkristin Hult (läns hemslöjds konsulent) och en representant ur styrelsen eller föreningen.

Urvalet för ett sortiment kan se ut på olika sätt.

Variant 1: Varje försäljare får en avgränsad yta för sina produkter. Alla ansvarar själva för exponering, påfyllning osv. Enhetlig prismärkning samt konsumentinformation

Variant 2: Butiken ses som en helhet. Deltagande försäljare lämnar in sina produkter och det lager som finns av dem (eventuell påfyllt kan ske vid behov), varorna märks med enhetlig etikett med pris och konsumentinformation. Butiksansvarig möblerar, skyltar och väljer vilka varor som exponeras i vilket sammanhang.

Funktioner och ansvarsområden

Precis som när det gäller ansvarsindelningen i styrelsen är det viktigt att alla ansvariga när det gäller arbetet med en popup-butik har ett handlingsutrymme som gör att man kan genomföra sina uppgifter. Se även texten ovan om styrelsearbete om att fördela ansvar med en person som "skuggar".

Kommunikation

Formulera inbjudan - gärna en längre mer formell i PDFform och en "blänkare" att sprida exempelvis i sociala medier.

Sprid inbjudan

Ta fram trycksaker som skyltar, anslag, affischer med mera.

Presskontakt

Försäljningssamordnare

Ta emot anmälningar och skicka vidare information exempelvis praktisk information samt "kontrakt"/regeldokument se ovan.

Ta emot varor tillsammans med försäljningssamordnaren.

Kontakt med försäljare

svara på frågor

Märkning

Ta fram märkningen i samverkan med kassa- och kommunikationsansvarig.

Ser till att märkningen är enhetlig och fylls i på ett korrekt och bra sätt.

Bemannning

Göra schema, utbilda eller samordna utbildning för dem som skall bemanna butiken i kassasystem/betalsystem samt märkning och sortiment. Kontaktperson för de som bemannar butiken.

Kassa

Överblick över vad som gäller med prismärkning och kassasystem/betalningsmodeller. Ansvarar för att de som skall bemanna butiken får rätt information.

Butiksansvarig

Ta emot varor tillsammans med försäljningssamordnaren.

Planera butikens utformning

Skylta/planera exponering och butikens "inredning"

Vem får sälja?

Föreningen Ull i Upplands absoluta styrka är det gedigna arbete som lagts ned för att arbeta fram och enas om en programförklaring som handlar om kvalitet. Denna programförklaring som bland annat finns formulerad både i försäkran inför användande av märkningen Ull i Uppland och på själva märkningen är en viktig markör och något som föreningen bör slå vakt om. Därför är det också viktigt att det tydligt framgår vid alla tillfällen när Ull i Uppland anordnar försäljning eller utställning att det är föreningens och möjligen nätverkets medlemmar som finns representerade.

Det finns tillfällen när det kan vara värdefullt av en eller annan anledning att särskilt bjuda in några externa utställare och/eller försäljare - då är det viktigt att det är föreningen som bjuder in och att det tydligt framgår att de är gästande utställare/försäljare och att det på något sätt särskiljs. Kan det ge marknadsföring? Fundera på vilket sätt gäster kan gynna tillfället och föreningen.

Lokal

Det är en uppsjö av olika lokaler och sammanhang som kan komma i fråga för föreningen. Befintliga butiker, tält under olika marknader, delar av rum i offentliga miljöer som bibliotek eller utställningshallar och fler ändå. För att skapa ett tydligt rum i ett rum finns det olika trick - alltifrån att avgränsa med flaggspel, att skapa skärmar som står på golvet/marken eller hänger från taket. En gång kanske ni har tillgång till ett helt rum, en annan gång en vägg. Tänk på att butiken kan vara olika saker - både tematiskt och rumsligt - så har ni stora möjligheter att använda konceptet på ett bra sätt.

Ekonomi

Hur betalningen skall tas emot och ekonomin redovisas finns det många olika alternativ för. Sannolikt kommer det också att skilja sig mellan olika tillfällen. Ordnas PopUp butiken enligt variant 1 kan varje försäljare ansvara för betalning. Enligt variant 2 behöver respektive försäljares varor märkas tydligt för att redovisningen skall bli korrekt och så enkelt som möjligt. I ett annat sammanhang kanske PopUp butiken blir en sk shop in shop - alltså en butik i en befintlig butik. Då kan det röra sig om att den befintliga butiken tar en viss procent i kommission men i gengäld tar betalt och erbjuder en redovisning för sålda varor.

Vid ett sådant upplägg handlar bemanningen från föreningens sida snarast om att informera om sortimentet, att fylla på varor och kanske möta kunder och svara på frågor. I dagsläget som ideell förening har inte föreningen som sådan möjlighet att ta betalt och redovisa pga moms. Om försäljning på olika sätt skall vara en stor del av föreningens verksamhet kan man därför fundera över föreningsform och om det också behöver knytas en ekonomisk förening till föreningen för att förenkla just försäljning.

Bemanning

Hur ni löser bemanningen kan också inverka på det ekonomiska upplägget. Den som åtar sig att bemanna butiken kanske betalar en lägre kommission exempelvis? Prata igenom hur ni tänker kring bemanningen.

Att ta in extern personal är givetvis kostsamt och kanske inte aktuellt i första hand. Det är ganska vanligt att upplägget på den här typen av butiker fungerar så att den som har med varor också bemannar ett visst antal pass.

Eftersom att alla inte har butiksvana kan man ha stor glädje av att gemensamt gå igenom hur ni vill att det skall fungera i butiken i god tid före öppnandet. Det kan handla om alltifrån enhetlig klädsel till att man exempelvis inte äter måltider i butiken utan blir avbytt för paus.

Det är också viktigt att alla som skall bemanna butiken får en genomgång av både sortimentet, lite kort om produkterna samt om kassa/betalningssystemet.

Kunderna som kommer till föreningens PopUp-butik är sannolikt väldigt intresserade av att höra både mer om varifrån produkten kommer och kanske mer om material än i många andra sammanhang. Det är en styrka och fördel att kunna möta dessa intresserade kunder och svara på deras nyfikenhet och frågor.

Checklista - tidsplan

Både för er som arrangörer och som deltagande försäljare är det viktigt med framförhållning. Det finns allt allt vinna på att vara ute i god tid. Här är en grovt tilltydlig tidsplan att utgå ifrån. Tänk på att det kan tillkomma punkter som rör lokalen och att tidsplanen kan tänkas anpassas till tillgång till den exempelvis.

6 månader före evenemanget

Bjud in deltagande utställare - en lång förberedelsestid är viktig för att försäljarna skall hinna väljas ut och sedan hinna producera.

Ta fram grafisk profil och ett första tryckmaterial i form av logotyp, inbjudan, etiketter för prismärkning och konsumentinformation.

När ni bjuder in behöver följande saker vara klara:

Plats, tid och sortimentets inriktning. Vill ni göra ett urval av produkter - exempelvis efter tema (exempelvis årstid) eller produktkategori (exempelvis plagg) behöver detta göras ungefär en månad efter inbjudan - som senast.

Fatta beslut kring betalningsmodell

5 månader före start

Produktrådet tar emot inlämnade produkter för bedömning och beslut.

Beslut från produktrådet presenteras och ett sortimentet väljs ut. Det finns fortfarande tid att komplettera med fler produkter om det behövs!

4 månader före start

Försäljare och sortimentets inriktning i princip klart. Bjud in igen, påminn

2-3 månader före start

Senaste anmälningdag ev. erlagd avgift om en sådan finns.

Uppdatera tryckmaterial.

Planera för emballage, påsar med mera.

Ta fram affisch/anslag och inbjudan till allmänheten och börja sprida

Meddela tryckt press för att vara med i kalendrier med mera.

Har ni presskontakter? Använd dem.

1 månad före start

Ta fram ett pressmeddelande - bjud in press

Gör evenemang på FB - sprid

Se till att trycksaker är klara

Skicka ut etiketter till försäljare

2 veckor före start

Bemannings-lista klar - med vikarier

De som skall bemanna butiken utbildas i betalsystem samt sortiment.

Ta in alla produkter - de skall vara märkta och klara.

Se över kommunikationsmaterial så att allt är uppdaterad och korrekt.

Finns vägbeskrivning, korrekta öppettider angivet?

Sista veckan före start

Bygg/inred den faktiska butiken

Skylta

Gemensam genomgång/mingelkväll i butiken där alla presenterar sina produkter

Start - butiken öppnar

Invigning, försäljning

Kontinuerlig uppdatering i sociala medier kring vad som händer i butiken - om det är medlemmar som bemannar så presentera dem för besökare och kunder. Det är ett roligt sätt att marknadsföra både enskilda medlemmar och hela föreningen. Se bara till att samordna så att alla får lika mycket utrymme och att informationen är tydlig och relevant. Se avsnittet om kommunikation ovan!

Fyll på varor efter behov. Är det en lång försäljningsperiod kan det vara lämpligt att stämma av med försäljare och/eller styrelsen/ansvarig arbetsgrupp så att alla vet hur försäljningen går med mera.

Efteråt

Återkoppla i sociala medier - tacka för visat intresse.

Återkommer evenemanget? Säg till! Påminn om föreningens ordinarie kommunikationskanaler. Utgå inte ifrån att alla besökare/kunder känner till föreningen.

Kalla till utvärderingskväll ganska nära inpå evenemanget. Då får osålda varor hämtas och det finns tid för både gemensam utvärdering samt tid att prata och umgås.

Se till att gemensamma kostnader osv reds ut samt sammanställ och spara utvärderingen till kommande tillfällen. Det är en viktig resurs!

Sammanfattningsvis

Tänk på att ha tydliga ramverk för specifika evenemang, tydlig fördelning av ansvar och arbete, kommunikation och uppföljning. Formulera vad ni kommer överens om. Det blir som ett slags vaccin mot onödig stress och förvirring.

Ta fram ett avtal som varje deltagare tar del av och undertecknar där ansvarsområden, skyldigheter och rättigheter framgår. Gör ett standardavtal och en bilaga där datum för respektive åtagande framgår.

Den kvalitet som produkterna och verksamheterna håller bör också genomsyra kommunikationen, bemötandet osv. Var stolta över kunskaper, kompetensen och kvaliteten som finns i nätverket och föreningen. Uppmuntra medlemmarna att fortsätta utvecklas - ta chansen att utvecklas tillsammans och varandra.

Tips!

I föreningen finns en mängd olika produktkategorier av hög kvalitet - kanske kan ni ta fram popup-koncept utifrån tre olika teman och "storlekar" på butik? Exempelvis: Inredning, Beklädnad, Material.

Vid ett tillfälle kan det röra sig om en stor monter på en mäsas, en annan gång ett bord i anslutning till ett annat evenemang! Se över de lokala - samt mer långväga - befintliga evenemang som kan vara av intresse för er att närvara vid!

Presentera givetvis era koncept - och kanske vilka behov som finns vid de olika alternativen - på hemsidan så att ni enkelt kan hänvisa intresserade samarbetspartners.