

## Idékatalog lokal sympati – digitalt forløb

---

### SB 101

#### Aktivitetsforslag:

- Godt tilbud på Facebook for ikke medlemmer, som kan gøre kunder interesseret i at oprette et medlemskab
- Udnytte samarbejdet i lokalområdet – komme ud til andre foreninger/organisationer med en aktivitet fx tage en oplægsholder med, der kan fortælle om Coops værdier/bæredygtighedsinitiativer og lign. – medbringe en goodiebag med Änglamark produkter og en folder om PrimeKonto
- Det er vigtigt, at dem, der møder kunderne, kan sælge budskabet – kombination af bestyrelsesmedlemmer og butikspersonale, der kan stå inde for de digitale løsninger og bruger dem selv
- Promovere Änglamark sammen med slagteren
- Forældreaften i butikken, hvor de bliver introduceret til fx PrimeKonto
- Lokal statistik på, hvor meget man kan få ud af sin PrimeKonto – hvor hurtigt sparer man op til fx 3 liter mælk
- Der skal tænkes i den rigtige markedsføring til at nå målgruppen – hvad ved vi, om dem, der bor i vores lokalområde, så vi kan sende det rigtige budskab?
- Der skal være en plan for, hvordan vi kan hjælpe de medlemmer, der ikke har teknologien til at downloade appen. Vise dem, hvordan de aktiverer deres personlige tilbud via prisscannere eller på deres PC.
- Være meget synlige i butikken – fx ved køledisken – og tage en snak med de kunder, der alligevel handler Änglamark eller Thise om mulighederne i PrimeKonto
- Knytte Änglamark VM og PrimeKonto sammen
- Onboarding af unge medarbejdere i brugen af appen, så de selv bliver medlemmer og ved, hvordan man kan hjælpe i butikken
- Når der er fødselsdag i butikken, så inviter unge medarbejdernes forældre til fødselsdagsaften, hvor de kan handle med rabat, får et gals vin og bliver præsenteret for Coops medlemskab og digitale løsninger
- Fokus på at udbrede Scan & Betal til skoleelever og håndværkere, så de kan se, hvor hurtigt, de kan komme igennem butikken

#### Overvejelser og ønsker:

- Det er vigtigt, at vi finder det rigtige sprog til at tale med den yngre målgruppe – vi skal tale i øjenhøjde fx ved at gøre nogle af de unge medarbejdere til superbrugere i alle de digitale muligheder
- Der skal være et stærkt samarbejde mellem uddeler og bestyrelsen
- Den lokale transparens skal bevares – uddeler og bestyrelse skal sammen finde baggrunden for, hvor man gerne vil starte med projektet, så det giver mening lokalt
- Der skal stilles krav, til dem der sidder i bestyrelsen, så der er de kompetencer, der skal være – samtidig skal bestyrelserne have mulighed for mere indflydelse
- Det er vigtigt at få en ny vinkel på tingene ved at få nye kræfter ind i bestyrelsen
- Mulighed for at give et medlemskab som gavekort
- Mulighed for at have et skyggemedlemskab via ens forældre, så man får et medlemskab, når man flytter hjemmefra

### SB 104

- Vi skal have fat i ungarbejderne og få dem fortalt om, hvad det er en for forretning og forening, de er en del af samt gøre dem opmærksomme på de digitale fordele
- Lave et samarbejde med lokale ejendomsmæglere, så bestyrelsen kan stille en ”velkommen-til-pakke til nye beboere
- Få bedsteforældre til at give deres børnebørn et medlemskab – kan vi give en æske chokolade eller lignende sammen med?
- Er der noget, vi kan gøre sammen i distriktet?
- Inviter til fx et vinarrangement i butikken, hvor medlemmerne samtidig kan høre om appen og de digitale løsninger
- Lave spørgeundersøgelser/afstemninger i appen, hvor medlemmerne kan komme med input til, hvad de gerne vil blive klogere på/deltage i/mene noget om
- Bestyrelserne skal huske at forberede sig godt, så de kan hjælpe kunderne og medlemmerne og forstår det teknik, der skal til at blive medlem, downloade appen, tilmelde sig Prime Konto osv.
- Lave en aktivitetsplan, hvor butikken og bestyrelsen sammen ser på, hvornår det passer bedst, at bestyrelsen er i butikken – det kan fx være i forbindelse med Smagens dag el.lign.
- Lave opslag via QuickCoop, der synliggør, hvornår man kan møde bestyrelsen i butikken og få hjælp til digitale løsninger
- Fokus på, hvordan vi også får yngre kræfter ind i bestyrelserne
- Samarbejde med lokale uddannelsesinstitutioner – kan Brugsen blive en case?
- Stor fokus på synlighed af bestyrelsen: Hvornår kan kunderne/medlemmerne møde os i butikken?
- Samarbejde med andre foreninger med fokus på, hvad vi kan gøre sammen?
- Prøve: Kan vi overtale hele bestyrelsen til at få en PrimeKonto? Så har vi argumenterne til at overtale medlemmerne

### SB 200

- Lady’s night med mad/vin målrettet kvinder under 45 år.
- Booste tiltag på Facebook direkte til målgruppen
- Være klar med flyers i butikken specielt til udvalgte målgrupper
- Invitere modne medlemmer ned i butikken til at handle sammen med en fra bestyrelsen, der følger med rundt til scan og betal
- Enkle incitamenter til at melde sig ind
- Etablere konkurrencer

### SB 201

- Partnerfordele skal kommunikeres bedre, både fra forretningen og bestyrelsen
- Bestyrelsen skal være mere synlige i butikken og digitalt
- Indgå samarbejde med andre foreninger – knytte bånd til der, hvor de yngre færdes
- Lave aktiviteter der er målrettet børn – så kommer forældrene, og bestyrelsen kan på den måde komme i snak med dem

### SB 102

- Lav aktiviteter i butik for målgruppen – og tal/vis også PrimeKonto
- Tag kontakt til foreninger, hvor målgruppen færdes – og lav samarbejde om emner som er vedkommende for målgruppen
- Lav kundaften for forældre til de unge medarbejdere – og få de unge til at vise PrimeKonto
- Brug butikkens Facebook, som når ud til flere

### SB 202

- Lave mange små aktiviteter i butikken (del jer i bestyrelsen, så vi ikke står alle sammen på samme tid)
- Være opmærksom på hvilke tidspunkter, der er bedst ift. at komme i snak med kunder (fx IKKE fredag eftermiddag)
- Find ud af, hvornår dem under 45 år handler
- Visualisere/udregne/kommunikere – hvor lang tid tager det at optjene et medlemskab (200 kr.) ved tre forskellige scenarier – i stil med:
  - o App
  - o App + personlige tilbud
  - o Prime kunde
- Vi skal ud af vores komfort zone og møde de yngre der, hvor de er fx i idrætsforeningen
- Vi skal aktivere de unge i app (fx afstemninger om holdninger)
- Unge er generelt imod at lade sig registrere. Derfor kan det være svært at overbevise dem om at melde sig ind
- Kan vi få vores lokale samarbejde til nye højder, ved at få andre foreninger til at tegne medlemmer for os?
- Kassemedarbejderne skal aktiveres. De er vigtige ift. at udbrede kendskab til medlemskab og app
- Kan vi lave 'Prøve-medlemskab', hvor kunden løbende oplyses om, hvor meget der er optjent i kroner, og hvor mange samlemærker osv.?

### SB 203

- Vi laver et event for de unge under 45 år, tækker dem ind i butikken. Evt. med rabat kupon. Så viser vi dem fordele
- Samarbejde med lokalforeninger, hvor vi fortæller om andelsbevægelsen og medlemsfordele
- Velkomstpakke til beboere i nye boligområder m. Änglamark produkter, som er et særligt aktiv for Coop
- Vi engagerer medarbejderne i kassen, så de også er OBS på at spørge ind til medlemskab
- Både bestyrelse og medarbejdere skal have fokus på at synliggøre medlemsfordele
- Vi viser app-kup ved event i butikken, som trækplaster til at tegne medlemskaber i butikken
- Markedsdag/loppemarked ved butik med stand som bestyrelsen bemander om medlemsfordele
- Aktivitet på gaden hvor vi taler med forbipasserende og kunder på vej ind/ud af butikken
- Allergi-aktivitet med konsulent, børnefamilier er målgruppen – så forklarer vi om Änglamark produkter
- Scan & Betal, live demo og hjælp til kunder/medlemmer

### **SB 215**

- Vi bruger butikkens Facebook til at nå ud til flere potentielle medlemmer
- Vi må komme til de unge, der hvor de er fx mødregrupper, hvor vi byder på en kaffe og hygge
- Samarbejde med dem vi sponsorerer, fodbold, træner og forældre
- Bestyrelsen er i butikken om søndagen, hvor mange handler
- Bruge 'ja tak' tilbud suppleret med yderligere rabat på Coops egne øko-varemærker
- Lave fokusgrupper for den unge målgruppe, finde ud af hvad der er vigtigt for dem, når de handler
- Lokal biografreklame med holdninger om Coops værdier
- Ungarbejder aften – unge vejleder voksne/forældre og bedsteforældre i PrimeKonto
- Smageaften i brugsen, med hygge og vejledning til digitalt medlemskab med Scan & Betal same PrimeKonto
- Samarbejde med handelsstandsforeningen om live-shopping med gode tilbud
- Instagram, som ny kanal for at ramme de unge
- Samarbejdspartnere skal hjælpe os - fx dem vi yder sponsorater
- Vi skal være repræsenteret/stå andre steder end i/ved brugsen for at fange nye/unge medlemmer
- Fortælle den/de gode historier på FB

### **SB 220**

- Vi laver en lille film
- Forbrugeraften med tema for de unge
- Bestyrelsen bliver bedre til at bruge butikkens Facebook
- App events med 'alt hvad den kan trække' for dem under 45 år på 'Open by night'/'Sort torsdag'
- App kursus for ældre borgere - sidemandsoplæring
- Samarbejde med idrætsforeningen, gymnastikken som vi sponsorerer
- Ungarbejder-aften, de unge inviterer folk ned i butikken til event
- Bestyrelsen bruger flere sociale medier - instagram hvor de unge er
- Event med Scan & Betal' i myldretid

Opdateret 7. september 2021/TØP