

Kommunikation

| | |
|---|----------|
| Dansk Supermarkeds kommunikationskanaler | 2 |
| Hjemmesider | 3 |
| Reklamer | 4 |
| Pressemeddelelser | 5 |
| Sociale medier | 6 |
| Personalebladet Dansk Supermarked NEWS | 7 |

Formålet med dette materiale er at give erhvervsskolerne inspiration til arbejdet med caseeksamen og caseorienteret undervisning. Faktateksten er udarbejdet i 2015 af *Den merkantile casekommission* i forbindelse med den merkantile caseeksamen 2016-2017. Vær derfor opmærksom på, at oplysninger om virksomheden kan være forældede. Hvis virksomheden skal bruges som case i undervisningen, bør der søges efter mere aktuelle oplysninger på internettet.

Dansk Supermarkeds kommunikationskanaler

Hos Dansk Supermarked vidste man i 2015, at kunderne befinder sig i et multi screen samfund, dvs. at 77% af alle tv-seere har et andet medie åbent samtidigt med, de ser TV. Derfor skal budskabet og udseendet være det samme på alle platforme.

På de efterfølgende sider beskrives nogle af Dansk Supermarkeds vigtigste kommunikationskanaler:

- Bilkas hjemmeside (herunder online handel)
- Reklamer (tilbudsaviser, tv-reklamer)
- Pressemeddelelser
- Sociale medier
- Personalebladet Dansk Supermarked NEWS

Multi screen - Flere skærme, f.eks. Tablet, TV og mobil

Hjemmesider 2015

Dansk Supermarked består af stormagasinet Salling, Bilka, føtex og Netto. Alle kæder har hjemmesider ligesom koncernen Dansk Supermarked har en hjemmeside. Salling og Bilka har online-handel nu, og føtex er på vej med online-handel i løbet af 2015.

På hjemmesiderne kan du bl.a. finde:

- Reklamer
- Online-shop
- Ugens tilbudsavis
- Åbningstider
- Opskrifter
- Link-up til sociale medier
- Historien bag f.eks. føtex

Link-up - Direkte link til profiler på de sociale medier

Reklamer 2015

Butikkerne under Dansk Supermarked reklamerer bl.a. på TV, med egne tilbudsaviser og med "Det Store Gaveræs"; et omnichannel spil, der skal give kunderne yderligere kendskab til produkterne på hylderne i butikkerne.

Hver uge udkommer tilbudsavisen med aktuelle tilbud indenfor fødevarer, bolig, tekstil mv.

Disse tilbud kan også ses på hjemmesiderne.

Derudover kan kunderne tilmelde sig nyhedsbreve fra f.eks. Bilka, og få tilbud, konkurrencer og nyheder direkte ind i mailboxen.

Omnichannel - Markedsføring på flere platforme, så kunden får en sammenhængende oplevelse uanset, hvilke kanaler han/hun vælger (f.eks. Mobil, digitale annoncer, e-handel osv.)

Pressemeddelelser 2015

Dansk Supermarked sender pressemeddelelser ud som både stort og småt. Her er to eksempler. Den [ene](#) omhandler indførelse af både App og Mobilepay hos Føtex i Lautrupcentret og den [anden](#) handler om indsamling til syriske flygtninge.

Spring køen over hos b føtex Lautrupcentret

7. oktober 2015 08:30

Kunder i føtex Lautrupcentret kan fra torsdag den 8. oktober forudbestille og betale for deres morgenbrød med en ny, smart bager-app. Herefter er det blot at hente brødet ved en hurtig-kø for forudbetalte varer

føtex' morgentilbud, hvor kunderne kan købe en pose med brød og kager for en 50'er, har længe været populært blandt familier i weekenderne og hos kunder, der tager morgenbrød med til kollegerne.

Pressemeddelelse - Nyhedshistorie, som virksomheden selv sender ud til aviser og andre medier.

føtex, Bilka, Netto og Salling støtter indsamling til syriske flygtninge i nærområder

14. september 2015 14:42

De tre dagligvarekæder føtex, Bilka og Netto og stormagasinet Salling donerer i denne uge 25 øre for hvert solgt rundstykke til DR og TV 2's landsindsamling "HJÆLP NU!"








For hvert rundstykke, der bliver solgt fra mandag den 14. til fredag den 18. september 2015 fra bagerne i Salling, føtex og Bilka og boller/stykker fra Brødhuset i Netto, donerer kæderne 25 øre til landsindsamlingen "HJÆLP NU!".

Indsamlingen er initieret af DR og TV 2, og pengene går til 12 nødhjælpsorganisationer, som hjælper flygtninge i Syrien

Sociale medier 2015

Dansk Supermarked og butikkerne herunder er alle at finde på Facebook. De enkelte kæder eksisterer dog på andre sociale medier end Facebook. Se tabellen herunder.

Der er klare fordele forbundet med at være virksomhed på de sociale medier. Man kan sørge for at være i kontakt med kunderne, markedsføre tilbud/nye produkter og yde kundeservice på en anden måde end før.

| |  |  |  |  |  |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| Dansk Supermarked | ✓ | | ✓ | | ✓  |
| Bilka | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| føtex | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| NETTO | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓  |
| Salling | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ |

Note: A blue box next to the Instagram icon for Netto and Salling contains the text: 'Lokale føtex-butikker, f.eks. Aalborg'.

Sociale medier - F.eks. Facebook, Twitter, Instagram osv.

Personalebladet Dansk Supermarked NEWS 2015

Dansk Supermarked udsender et personaleblad til alle ansatte. I bladet er der særligt fokus på f.eks. CSR, nye tiltag i butikkerne og de gode historier.

Dansk Supermarked udsendte det sidste medarbejderblad i maj 2015. Herefter udsender man interne mails til alle ansatte.

Du kan finde de sidste blade på Den Merkantile Caseeksamens hjemmeside.