



Mejeriprisen 2024 Supermarkeder

KRITERIER

Kriterierne gælder for mejerifdelinger i **kategorien "Supermarked/hypermarked"**.

Her kan du se, hvilke punkter der kan spille en rolle i den endelige bedømmelse:

Friskhed i Mejeriafdeling – vægter 15 % af den samlede vurdering

- Kunderne tilbydes friske varer – datostyring
- Butikken tilbyder kunderne sæson-aktuelle produkter (standard fremgangsmåder ift. de 4 årstider)
- Afdelingen er veltrimmet (fuldt space) og har en høj varetilgængelighed

Sortiment og iscenesættelse i Osteafdeling – vægter 35 % af den samlede vurdering

- Afdelingen har et sortiment med dybde og bredde, som inspirerer kunden
- Afdelingen viser nyskabende ideer
- Afdelingen er bæredygtig ved at have fokus på madspild, økologi og dyrevelfærd
- Afdelingen synliggør både mennesket bag varerne (fx mejeristen/brandet) og mennesket foran varerne (medarbejderne i butikken – hvad gør den enkelte for at fremme kategorien). Begge bidrager til kundeoplevelsen og skaber værdi

Kunden i centrum – vægter 25 % af den samlede vurdering

- Afdelingen har skabt et rum, der spiller på kategoriens sanselighed (look and feel)
- Afdelingen har fokus på at hjælpe med kundens planlagte køb (ease to shop) og samtidig friste til mersalg, opslag og evt. krydssalg
- Kunden møder kategorien flere steder på sin rejse gennem butikken

Differentiering og vækst – vægter 25 % af den samlede vurdering

- Afdelingen gør en indsats for at være en del af lokalsamfundet (evt. fokus på lokale varer, lokale ansatte, kundefokus)
- Der kan dokumenteres vækst i afdelingen (fortæl hvor I er vækstet og hvordan)
- Dokumenter med tal, hvordan afdelingen er vækstet f.eks. i osteafdelingen eller i hele mejerifdelingen.

Send video

- Send en kort video med en hilsen fra kandidaten og en kort rundtur i den afdeling, der er indstillet (fri form og ingen krav til professionel klipning). Send den på mail til Dorte Storm på dors@lf.dk (brug evt. wetransfer.com til tunge filer) – i emnefelt skrives: Video, Mejeriprisen, butiksnavn



Juryen kigger bredt på udtryk og salg i den enkelte afdeling – og forholder sig til en række punkter, som hver især vægter i den samlede vurdering. Juryen er opmærksom på, at vilkårene og mulighederne ikke er identiske i kategorien ”Supermarked/hypermarked”. Ligeledes er juryen opmærksom på forskelle i kundegrundlaget. Det tager juryen naturligvis højde for i sin vurdering.

Juryen vurderer indstillingerne i forhold til indstillingskriterierne samt ser den korte video af kandidat og butik, som sendes separat på mail til Landbrug & Fødevarer. (Se under kriteriepunkterne). Herefter finder juryen de nominerede i begge kategorier.

De nominerede får uanmeldte besøg af juryen og et uanmeldt besøg af en Mystery Shopper.

Juryen forventer, at den/de butiksansatte, der repræsenterer en indstillet mejerifdeling, er gennemgående i hele prisforløbet. Fra indstillingsdagen til en eventuel nominering og frem til og med Fødevardagen. Det er en forudsætning for at kunne vinde prisen.

Når man indstilles til prisen, skal man have haft en glad smiley fra FVST min. 6 mdr. før indstillingsdatoen. Man skal ligeledes have en glad smiley i hele nomineringsperioden (frem til Fødevardagen) – ellers ekskluderes man fra nomineringsfeltet. Vinder man og får man herefter 1 år frem en sur smiley, så skal al markedsføring stoppe. Titlen som vinder beholder kandidaten.