

Mejeriprisen 2022

”Private ostehandlere”

KRITERIER

Kriterierne gælder for ”Private Ostehandlere”.

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

Friskhed – vægter 15 % af den samlede vurdering

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

Sortiment og iscenesættelse – vægter 35 % af den samlede vurdering

- Butikken har et sortiment med dybde og bredde, som inspirerer kunden
- Butikken viser nyskabende ideer i form af tilbehør og anvendelse
- Butikken synliggør både mennesket bag ostene (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 35 % af den samlede vurdering

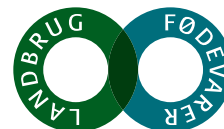
- Butikken har skabt et rum, der spiller på kategoriens sanselighed (look and taste)
- Butikken har fokus på at hjælpe med kundens planlagte køb (ease to shop) og samtidig friste til mersalg, opslag og evt. krydssalg
- Kunden møder en veloplagt vejledning og fortælling om oste, mejerier og smag

Differentiering og vækst – vægter 15 % af den samlede vurdering

- Butikken adskiller sig fra konkurrenterne i kategorien i sit arbejde med præsentation og inspiration
- Butikken gør en indsats for at være en del af lokalsamfundet (evt. fokus på lokale varer, lokale ansatte, kundefokus)
- Der kan dokumenteres vækst i butikken (fortæl hvor I er vækstet og hvordan)

Send video

- Send en kort video med en hilsen fra kandidaten og en kort rundtur i butikken, der er indstillet (fri form og ingen krav til professionel klipning) eller en skriftlig begrundelse.
Send den på mail til Anne Lund på alu@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 butik – og forholder sig til en række punkter, som hver især vægter i den samlede vurdering'. 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 kategorien.

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 ostebutik, er gennemgående i hele prisforløbet. Fra indstillingsdagen til en eventuel nominering og frem til og med Fødevaredagen. 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 Fødevaredagen) – 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.