



För handlaren innebär konceptet en trygghet att tillhöra ett starkt varumärke. Målsättningen är att antalet Timebutiker i landet ska vara minst 100 år 2011.

Time skiljer ut sig från andra koncept

Time expanderar och blir ett allt starkare varumärke. I takt med att fler och fler handlare upptäcker fördelarna med Timekonceptet ökar antalet butiker snabbt.

– Time har ett utvecklat och starkt butikskoncept för servicebutiker med kassalösning, tjänstepaket, marknadsföring och säljande inredning, framhåller Peter Feledy, försäljningschef för Servicehandeln inom Menigo Foodservice.

text: JANNE LARSSON foto: ANDERS NILSSON, MENIGO FOODSERVICE

”Handlaren har stora möjligheter till lokal anpassning av sortiment samtidigt som man har tryggheten att tillhöra ett starkt varumärke.”

Är du intresserad att bli franchise-tagare för Time? Kontakta time@menigo.se

– Vi stöttar också butikerna med driftstöd, utveckling och utbildning samt står för det traditionella servicebutikssortimentet. Timebutikerna har även tillgång till många förmånliga samarbetsavtal.

– Ambitionen är att bygga ett starkt varumärke, där kunderna känner igen sig och vet vad de kan förvänta sig för sortiment och service i Timebutikerna.

Intresset för konceptet är starkt hos både butiksägare och fastighetsägare. I nuläget ingår mer än 60 butiker, etablerade på både större och mindre orter. Och hela tiden kommer nya butiker till, vilket gör att målsättningen att vara minst 100 butiker 2011 lär infrias.

KÄNNEDOM OM VARUMÄRKET

– Kunder ska inte bara känna igen skylten, utan även känna igen sig i butikens inre profilering, personalkläder, bemö-

tande, kampanjer och ett bassortiment av tjänster och varor, säger Peter Feledy.

Konceptets styrka är också enkelheten, att konceptet hela tiden utvecklas med nya lönsamma produkter och tjänster samt att det är en ”lagom” styrning. Detta ger stor frihet att vara egen handlare men med en gemensam ambition att tillsammans bygga varumärket Time, där kunderna känner igen sig.

– Handlaren har stora möjligheter till lokal anpassning av sortiment samtidigt som man har tryggheten att tillhöra ett starkt varumärke. Vi jobbar också för att minska och förenkla administration för handlaren, bland annat genom integrerade tjänster och ett centralt underhållet kassasystem.

ÖKAR DIN FÖRSÄLJNING

Som Timehandlare har man en driftorganisation som enbart jobbar med Time.

– Det betyder besök av distriktschef en gång i månaden, handlaren får stöd med siffror hur försäljningen går, bruttovinst och hjälp med sortiment, exponeringar med mera. Man kan jämföra sin rörelse med kedjan och närliggande butiker för att öka sin lönsamhet och vi arbetar löpande fram butiksunika handlingsplaner, som syftar till att öka försäljningen för handlarna, säger Peter Feledy.

KOMPETENS PRIORITERAS

För att leva upp till ett franchisekoncept för modern, framgångsrik service- och kompletteringshandel är också kompetens ett prioriterat område inom Time.

– Time tillför kvalitet och kompetens hos kedjans handlare, genom utbildningar, handlarträffar och mätningar om hur kunderna bland annat uppfattar butikerna, säger Peter Feledy.

Time ger dig mer

- Butiker som gått med i Time har alla visat en stark försäljningsökning.
- Förmånliga inköpspriser, starka kampanjer och marknadsmaterial bidrar till det lönsamma konceptet.
- Fräsch butiksmiljö.
- Kedjeavtal kring olika tjänster t.ex. mobilkort, lotter samt kuponger och kassagirot är lönsamma och drar folk till din butik.
- I Time ingår en centralt administrerad datakassa, vilket sparar din administrativa tid, samtidigt får du en fantastisk möjlighet att följa upp din försäljning.
- Distriktscheferna inom Time stöttar dig i ditt arbete. De har gedigen butiksledarefarenhet och hjälper dig som franchise-tagare med stort och smått.
- Några gånger per år träffas alla franchise-tagare för gemensamma utbildningsdagar, där du ges tillfälle att analysera din verksamhet, informeras om de senaste trenderna och träffar kollegor.

Time

Entréavgift: 25 000 kr.

Månadsavgift: 2 800 kr.

Datakassa: Ja.

Sortiment: Ca 300 basartiklar samt lokalt utvalt sortiment enligt eget önskemål där Menigo Foodservice hjälper till att optimera sortimentet.

Inredning: Viss gemensam inredning till exempel kassalinje och kampanjbord.

Snabbmat: Ca 25 artiklar; korv, kaffe, bake off.

Kampanjmaterial: Planscher och prisskyltar. Kommer i tvåveckorscykler.

Övriga: Täta besök av distriktschef samt utbyte med kollegor genom kedjeträffar.



Hemligheten bakom framgången

Breddat sortiment kryddat med olika tjänster

Roger Wedin stod inför vägvalet att antingen satsa själv på en egen rörelse eller att söka nytt jobb och gå en oviss framtid till mötes? Valet blev att omprofilera Statoil-macken i Nyland till en Time-butik.

– Jag ångrar inte en sekund att jag gjorde det, säger han idag.

text: JANNE LARSSON foto: TIME NYLAND

”Butiks-försäljningen har ökat med nio procent samtidigt som bensin ökat med 15 procent och diesel med 44 procent.”

Med facit i hand konstaterar Roger Wedin en fantastisk försäljningsutveckling, när han jämför nuvarande försäljning med Statoiltiden.

– Butiks-försäljningen har ökat med nio procent samtidigt som bensin ökat med 15 procent och diesel med 44 procent.

INVID ÅNGERMANÅLVEN

Nyland ligger vid Ångermanälven i Kramfors kommun. Ett litet samhälle med runt tusen invånare, som fick en ny service på orten när Roger öppnade i maj 2008.

– Redan när jag var 16-17 år hoppade jag in ibland och hjälpte till på macken. Den senaste ägaren hade rörelsen i 27 år. När han fick besked från Statoil att det skulle bli en automatstation ville han inte fortsätta längre. Eftersom jag hade god insikt i verksamheten och var fast anställd här valde jag att satsa på eget.

DÄRFÖR BLEV DET TIME

Efter en genomgång av olika koncept valde Roger Time.



En av flera tjänster som Time Nyland erbjuder är uthyrning av släpkärror.

– Time är det bästa och mest genomtänkta konceptet. Det ger mig frihet att själv utforma sortimentet efter min målgrupp, samtidigt är det en trygghet att ingå i en stark kedja.

– Det är förmånliga avtal och god back-up om något händer, genom att det alltid finns någon att fråga. Time utvecklas också hela tiden och har som mål att vara steget före, säger Roger som är nöjd med samarbetet.

VÄGEN TILL FRAMGÅNG

Försäljningssiffrorna visar med all tydlighet att satsningen varit lyckosam.

– Vi har en mycket positiv utveckling, det har gått över förväntan. En viktig förklaring till det är att vi har breddat oss och erbjuder ett välkomponerat sortiment i kombination med olika tjänster.

– Vi har uthyrning av släpvagnar, butiks-bakat bröd och är ombud för Svenska Spel och Kassaservice. Vi har postservice och är utlämningsställe för paket. Vi säljer biltillbehör och har generellt ett breddat butikssortiment. Det finns kunder som veckohandlar, men framför allt har vi många som kompletteringshandlar.

– Genom Time-konceptet har vi fast-food med korv och bröd och kaffe. Vi har även tvätthall, däckservice och har ett hyr- och skötselavtal med Statoil med försäljning av drivmedel. Samtidigt ska sägas att flera andra mackar runtom har fått slå igen. Sammantaget har allt detta resulterat i en fantastisk försäljningsutveckling.



Ångermanlänningen Roger Wedin satsade på Time när bensinstationen blev automatstation.

– Alternativet hade varit att söka andra jobb, säger Roger.

Time Nyland

Franchisetagare: Roger Wedin.

Öppnade: 5 maj 2008.

Butiksyta: Cirka 90 m².

Personal: 4 schemalagda, 9 med extrafolk.

Tillhandahåller: Livsmedel, snabbmat, bake-off, godis, glass, dryck, kaffe, tobak, tidningar, telefonkort, filmuthyrning, biltillbehör, däckservice, tvätthall och drivmedel. Ombud för Svenska Spel och Kassaservice, utlämningsställe för Privpak samt tillhandahåller Postens servicesortiment.

Öppettider: Kl. 7–22 måndag–fredag, 9–22 lördag–söndag.

STOR JULKAMPANJ PÅ m&m's

TUNGT TRYCK PÅ TV
v 48+49+50+51

KONGELIG HOFLEVERANDÖR
HARBOE
HARBOES BRYGGERI A/S

Produkterna produceras av Harboe bryggerier och distribueras i Sverige av Piwa Food. Tel. 0302-241 70



Camilla Gustavsson, här tillsammans med Ansi Johnsson, gjorde om mycket i butiken inför nystarten då Statoil blev Time Tjörn.

Time blev nystart när Statoil lade ner stationen

Camilla Gustavsson på Tjörn satsade på Time-konceptet för ett år sedan. Att driva butik i en ökommun, där sommar- och vintersäsong skiljer sig mycket åt, kräver en hel del.

– Eftersom jag drog ned på personal hade jag inte räknat med samma försäljning, jag var rädd att den skulle minska, men det har gått bra.

text: JANNE LARSSON foto: TIME TJÖRN

Camilla startade Time Tjörn i Hjalteby för nästan precis ett år sedan.

– Det är svårt att veta hur kunderna ska ställa sig till en förändring, men det har gått bra, över förväntan, säger hon.

DÄRFÖR BLEV VALET TIME

Tjörn är Sveriges sjätte största ö, belägen knappt en timmas bilfärd nordväst om Göteborg. I kommunen bor cirka 15 000 invånare. Här liksom på många andra platser bestämde sig Statoil för att bensinstationen skulle bli automatstation. På den vägen blev det en satsning på Time för Camilla.

– Jag kände att Time låg långt fram på snabbmat och var mest framåt bland de jag valde mellan, därför blev det Time. Jag gillar att tillhöra något koncept och vill vara lite styrd. Samtidigt har jag nu stor frihet att styra mitt sortiment och annat, säger Camilla, som framhåller att hon fick bra hjälp av Menigo och Time inför starten.

– Allt fungerade väldigt bra.

FRÄSCHARE BUTIK

I och med att det blev en nystart för rörelsen valde hon att göra en rejäl renovering.

– Vi gjorde om mycket för att få det snyggt och fräscht i butiken. Det blev helt ny inredning och bland annat sänktes taket för att skapa en mer trivsam miljö.

Från början startade Camillas föräldrar rörelsen, som först var en BP-station och senare Statoil. För tre år sedan tog hon själv över stationen.

– Även nu har jag hand om försäljningen av drivmedel. Bensinförsäljningen har faktiskt ökat sedan det blev automatstation. Jag startade också ett aktieföretag som fick köpa loss fastigheten av Statoil, vilket jag är väldigt glad för eftersom jag kunnat halvera min hyra.

SATSAR PÅ FASTFOOD

– Jag fortsätter på den linje vi tidigare hade. Förutom grillad korv har vi även hamburgare, sallader och baguetter. Nära ligger en stor högstadieskola med många som handlar hos oss.

– För övrigt har vi byggt en restaurang och pizzeria, som öppnade i somras. Den rörelsen arrenderar jag ut, samtidigt konkurrerar den ju med butiken men det har vi haft med i beräkningarna.

Butiken är ombud för Svenska Spel och ATG.

– Spel tänker vi satsa ännu mer på. Vi är även ombud för Västtrafik, som innebär att många fyller på sina busskort här. Detta liksom spel drar kunder till butiken.

BILTILLBEHÖR

Sortimentet med biltillbehör har utvecklats och berikats genom Time.

– Vi har nu mer jämfört med en vanlig trafikbutik, säger Camilla.

Läget på Sveriges västkust innebär att under sommarhalvåret blommar allting upp på ett helt annat sätt.

– Många har sommarhus på Tjörn och turismen är stor. För mig betyder sommaren att vi både dubblar personalstyrkan och vår försäljning.

”Bensinförsäljningen har faktiskt ökat sedan det blev automatstation.”

Time Tjörn

Franchisetagare: Camilla Gustavsson.

Öppnade: 2 oktober 2008.

Butiksyta: cirka 240 m².

Personal: 5 vinterhalvåret, 9 under sommaren.

Tillhandahåller: Livsmedel, snabbmat, bake-off, godis, glass, dryck, kaffe, tobak, tidningar, telefonkort, biltillbehör och drivmedel. Ombud för Svenska Spel och ATG samt Västtrafik.

Öppettider: Kl. 6–22 måndag–fredag, 7–22 lördag, 8–22 söndag.