

Mackor på macken gjorde Matthias till vinnare

Inte bara det så klart. Det finns många andra goda skäl också. Men Matthias Skånberg på Gulf i Nol har verkligen gjort precis det som varje servicehandlare borde göra. Nämligen alltid anpassat sin butik efter branschens och samhällets förändringar. Det senaste året har dessutom gjort ett "extra lyft" och satsat på riktigt fräscha måltidslösningar.

Han är en solklar mottagare av Convenience Retail Awards!

Det har funnits bensinstation på platsen sedan 50-talet och när man stannar utanför så verkar det väl inte vara något särskilt. Bara en vanlig mack på landet. Men när man öppnar dörren och går in i den lilla butiken, så slås man direkt av en syn som gör att man inser att det här är något utöver det vanliga. En konditorisk med de fräschaste baguetter man kan tänka sig – och mycket annat smått och gott.

- Det har varit en lyckad satsning och vi ska gå vidare på samma spår, säger Matthias och berättar att nästa steg är sallader.

- Precis som med mackorna så ska vi göra dem efter hand på plats så att de alltid är fräscha.

Naturlig utveckling

Gulf i Nol har alltid varit Shellskyltat men för två år sedan anslöt sig Matthias till EMAB:s nya satsning på Gulfprofilen. Själv har han varit mackägare sedan 1999, han tog över stationen direkt efter gymnasiet. Hans pappa drev då även Shell vid Ullevi inne i Göteborg.

- Då var butiksytan ungefär hälften så stor. Vi hade klassiskt kiosksortiment, biltillbehör, lite livs och video. Vartefter tiden har gått så har vi försökt att anpassa oss efter branschens och samhällets utveckling. Det har varit naturligt. Exempelvis så har vi haft korb och kaffe ganska länge nu.

När man gick över till Gulf för två år sedan så skyltade man om men gjorde



Inte undra på att ser glad ut, "Årets Servicehandlare". Utmärkelsen Convenience Retail Awards är ju ett kvitto på att hans satsningar har varit helt rätt. Nu väntar ytterligare utveckling och så småningom också priset - en studieresa.

inget särskilt inne i butiken. Under det senaste året har dock Gulf i Nol deltagit i det så kallade Butiksyftet som EMAB driver.

- Vi hade planer på att göra om så det blev alldeles utmärkt att koppla ihop

Konfektyren har fått bättre exponering och glassboxen har flyttats. Det blev en sådan markant skillnad bara av att flytta boxen så jag undrar varför vi inte gjort det tidigare. Bara genom att ha den på vägen fram till kassan så ökade vi i stället



Att göra egna mackor och exponera dem i en konditorisk har ökat försäljningen fyrdubbelt. Nu ska Matthias Skånberg och hans personal även satsa mer på sallader.

dem med kunskapen som finns inom EMAB, säger Matthias och berättar vad man konkret har gjort.

- Vi har flyttat om i princip allt i butiken och skapat zoner så att rätt kategorier och produkter finns på rätt platser.

för att minska, vilket ju var den allmänna utvecklingen förra sommaren.

En av de zoner som skapats är "energizonen", det vill säga en modul med lite nyttigare godbitar, nötter och drycker samlade. En "köledare" sorterar kun-

derna och med ledning av den så exponerar man storsäljare och bygger upp aktivitetsplatser. De här åtgärderna har på ett knappt år ökat försäljningen med totalt sett 15 procent.

Omedelbar succé

Att göra egna mackor i stället för att köpa färdiga var ett beslut som växte fram hos Matthias efter att ha sett sig omkring lite både i Sverige och Norge. Man investerade i såväl beredningsutrustning som konditorkyl och byggde om kassalinjen.

Succén var omedelbar, skillnaden blev som natt och dag. Från att ha sålt i snitt 20 mackor per dag är man nu uppe i cirka 80. Detta om något tyder på att Gulf i Nol träffat precis rätt. Konsumenterna vill ha fräscha måltidslösningar, det vet vi genom olika undersökningar. Här får man det och här handlar man. Det bevisar också att man inte måste befinna sig i en större stad eller på en central plats. Det funkar även på en mack på vischan.

- Personalkostnaderna har naturligtvis ökat men det är ändå positivt i slutändan eftersom det blir merförsäljning också. Dessutom driver det trafik till butiken, säger Matthias som nu planerar för att utöka i samma anda.

- Sallader känns som ett självklart komplement och vi tittar också på att göra egna smoothies liksom att sälja egen yoghurt med frukt till.

Han funderar också på en utbyggnad. Idag finns bara ståbord och en riktig cafédel hägrar. Även det känns ju som en naturlig utveckling.

Win-win

Att se så här tydliga resultat av förändringar har ökat arbetsglädjen menar Matthias som gärna går upp klockan 4 på morgonen för att baka så att de första mackorna kan börjas säljas när man öppnar klockan 6.

- När man har roligt på jobbet så presterar man mer. Det blir verkligen en win-win-situation, säger Årets Servicehandlare som naturligtvis är jätteglad även över detta erkännande av att satsningen han gjort är helt rätt.

- Jag blev glatt överraskad och känner mig hur stolt som helst!

Text och foto:

GUNILLA PIHLBLAD

Gulf Nol

- Bensinstation i Nol i Ale kommun vid E45 och Norge/Vänerbanan cirka 2,5 mil nordost om Göteborg. Ca 10 000 invånare.
- Ägs sedan 1999 av Matthias Skånberg
- 88 kvadratmeter butiksyta
- Omsättning 2015: 7 MESK exklusive moms, drivmedel, biltvätt och släputhyrning
- Fyra helårsanställda inklusive ägaren
- Öppet 6-22 vardagar, 8-22 lö och 9-22 sö
- Investering i ombyggnad i butiken senaste året: cirka 80 000 SEK, dessutom en helt ny biltvätt



Motiveringen

Att i befintlig butik systematiskt göra förändringar som leder till ökad försäljning och lönsamhet i flera viktiga kategorier. Att samtidigt satsa fullt ut på fräscha oemotståndliga måltidslösningar som bereds på plats. Att följa upp utvecklingen och planera för ytterligare satsningar. Det är utan tvekan värt en utmärkelse som denna!