

## ESTETIQUE I FRONT



Aker Brygge åpnet 10. mars. En av de 40 nye butikkene i senteret er Estetique, og de har tatt mål av seg å bli Norges mest teknologiske detaljhandelsbutikk.

- Det har ikke vært noe mål å være først ute med teknologien. For oss er det viktigst at kundene får den informasjonen de ønsker, sier markedssjef i Estetique, Carina Sønsteby (bildet).

s. 38 - 39

### Norsk kjede - italiensk kvalitet

Til tross for at andre skokjeder har flyttet produksjonen til Østen, sverger Enzo Poli til italiensk kvalitet. Kjeden ønsker nemlig ikke å konkurrere på pris.

s. 16 - 17

### Strømlineformet suksess

Svenske Make Up Store startet i 1996 med en Stockholms-basert butikk. I dag har kjeden 70 butikker i ni land, og mye av suksessen kan tillegges kjedens strømlineformede struktur.

s. 20 - 21

### Euro Sko går i takt

Euro Sko er et strålende eksempel på at det går an å få medlemmer i frivillige kjeder til å jobbe mot samme mål. I fjor solgte Nordens største skokjede 323.000 flere par sko enn i 2003.

s. 34 - 35

### FOKUS: Logistikk

Effektiv logistikkstyring senker utgiftene i varehandelen.

s. 40 - 48

# ESTHETIQUE



## ESTETIQUE SATSER PÅ **TEKNOLOGI**

**Norges mest teknologiske detaljhandelsbutikk åpnet på Aker Brygge i mars.**

Sammen med Iceman Design, PSI Systems og Grøn-Hansen Butikkinnredninger har Estétique utviklet en butikk som det ikke finnes maken til i detaljhandels-Norge. På bakrommet står et tårn av 16 datamaskiner som styrer det elektroniske ute i butikken.

- Det har ikke vært noe mål å være først ute med teknologien. For oss er det viktigst at kundene får den informasjonen de ønsker, sier markedsjef Carina Sønsteby.

### Mange infokanaler

Allerede før man kommer inn i butikken har teknologien faget kundens interesse. I vinduet henger gjennomskjulte skjermer som viser informasjonsfilmer, og over inngangspartiet henger store plasmaskjermer som viser de siste produktnyhetene. Alle hyllene er utstyrt med produktskannere, og ved make-upbordene vises filmer med sminketips. Ved kassa står også en skjerm som underholder kundene mens de venter på betjening. Samtlige informasjonskanaler styres av et program som kalles Smartweb.

- Dette er Norges mest teknologiske detaljhandelsbutikk.



**INNGANGEN:** To store plasmaskjermer over inngangspartiet er sentrale i butikken.



SKANNERE: Alle hyllene er utstyrt med produktskannere som gir informasjon om produktet og gjør hyllekanter og produkter frie for prislapper.

Estetique er en organisasjon som tenker fremover og tør å satse der andre venter, sier Tom Ivar Horvei i PSI Systems.

Han regner med at butikken vil bli godt besøkt av nysgjerrige konkurrenter i tiden fremover.

- Det blir nok mange menn i dress fra andre kjeder i denne butikken i fremtiden, ja, sier han.

#### Tar det videre

Estetique ser på butikken som et pilotprosjekt, men har planer om å opprette nok en butikk av samme slaget. Ifølge Sønsteby vil omkring 60-70 prosent av teknologien i pilotbutikken bli å finne i resten av kjedens butikker etter hvert.

- Så sant det er stor nok plass, vil vi nok se disse elementene i vanlige Estetique-butikker også, sier hun.

Atle Briseid

atleb@kjedemagasinet.no



GJENNOMSIKTIG: I vinduene henger gjennomsiktige skjermer som viser reklamefilmer.