

NIDs flaggskipbutikk er åpnet

Med bedre logistikk og større vareutvalg skal gjengen fra proffbutikken i Markveien i Oslo lokke håndverkerne til en ny butikk på Ensjø. Flaggskipbutikken i kjeden Nordsjö Idé & Design satser også stort på å gi forbrukerne det lille ekstra.

Av Chera Westman/ifi.no, ifi.no



Nordsjö Idé & Design (NID) har åpnet det som skal bli kjedens flaggskipbutikk i Oslo. Honda Skotvedts tidligere lokaler i bilbyen på Ensjø er blitt omvandlet til en flott innredet, 850 kvadratmeter stor faghandel. Butikken rommer en proffavdeling med høy servicegrad og tre blandestasjoner, kappstasjon for banevare og en stor forbrukeravdeling med tapeter, gulv og verktøy. Et møterom på bakrommet skal brukes ved kjedens opplæring og kursing av ansatte og franchisetagere, og kan lånes av leverandører og håndverkere som vil ha møter eller demonstrasjoner.

Flytter proffene

Den litt trange proffbutikken i Markveien drives videre, i hvert fall til leiekontrakten på lokalene går ut om tre år. Butikksjefen Tommy Haraldseth er nå avdelingsleder i proffavdelingen på Ensjø, og har tatt med seg mesteparten av staben. Ønsket er også å få med seg flest mulig av kundene, og de lokker med mye bedre logistikk og et større vareutvalg.

- Proffavdelingen er i full gang, og takket være jungeltelegrafene strømmet kundene til. I forbrukeravdelingen blir full operativ i løpet sommeren. Der er 75 prosent av sortimentet satt, og det finnes rom for egne initiativ fra avdelingslederen som begynner i august. Vi har en drøm om å få en 50/50-fordeling av kundemassen etter hvert, sier Geir Mellum, kjededirektør i NID.

Stoppe lekkasjen

Mellum har stor tro på kjedekonseptet, som har vært vellykket i seks år i Sverige, og 2,5 i Norge. Kjeden har i dag åpnet eller er i ferd med å åpne 27 butikker, hvorav to er kjedeeide og resten franchise. I løpet av 4-6 år håper de å være oppe i 50-60 butikker.

- Ambisjonen med NID er å stoppe lekkasjen til byggevare ved å være inspirerende og gi det lille ekstra. Får vi det ikke til her, kan vi ikke forlange det av franchise-butikkene heller.

Hjemmebesøk

- Vi kommuniserer inspirasjon- ikke pris og produkt - til kundene, og skal inspirere til å pusse opp hele rommet, ikke bare den ene veggen. Derfor har vi ansatt en interiørarkitekt som begynner i løpet av noen uker, og som blant annet vil tilby kundene hjemmebesøk.

NID jobber også aktivt mot leverandørene for å få frem produkter som de kan være alene om.

- NID er et nytt konsept, og det skal merkes i butikken. Det er ikke bare å skru opp et nyt skilt. Vi vil løfte bransjen, og få også proffene til å se merverdien i kjeden. Vi skal bygge forventninger og klare å innfri dem, avslutter Geir Mellum.

Se mer:

Nordsjö Idé & Design