

# aktiva bilder



## Ge branschen en standard!

**EFTER MÅNGA ÅR** i gömmorna har vi på OPV In-Store Promotion bestämt oss för att damma av vårt nyhetsbrev – ”aktiva bilder”. Vi kommer med jämna mellanrum att berätta om nyheter inom företaget och lansera nyheter som är till nytta för dig som kund.

Vi kommer även att låta några av våra kunder berätta om hur de använder sig av våra produkter och hur de har löst sina problem när det handlar om bildhantering och produktinformation.

**FÖR OSS ÄR** våra kunder vår största tillgång. Tack vare ert förtroende kan vi vidareutveckla våra produkter – en utveckling som innebär att vi fortsätter att ligga i framkant i branschen.

Den feedback vi får från er är ovärderlig för att vi även i framtiden ska kunna leverera de tjänster och produkter ni vill ha.

**VI HAR OCKSÅ** förstått att alla som jobbar inom dagligvarubranschen efterlyser en standard som ska underlätta bildhantering och produktinformation. Vi håller helt och hållet med!

Låt oss hoppas att de olika branschorganisationer som är involverade tar tag i detta. Den dag det blir verklighet med en branschstandard, vill vi förstås vara med och utveckla den.

Tillsammans med er.



Nu är det fritt fram att vara kreativ med OPV Easy Label Creator.

## OPV Easy Label Creator släpps fritt

**OPV EASY LABEL CREATOR**, OPV ELC, är en webbapplikation som man tar hjälp av för att på ett snabbt och enkelt sätt skapa exempelvis etiketter, säljblad och produktkataloger.

Nu släpps OPV Easy Label Creator fritt för alla OPV:s Online-kunder.

” Vi ser gärna att fler utnyttjar alla fördelar med OPV ELC

– Eftersom allt material är korrekt godkänt på OPV Online får våra kunder alltid etiketter med korrekt bild, koder och produktinformation genom OPV Easy Label Creator, säger Johan Danielsson, vd på OPV.

**MED WEBBAPPLIKATIONEN** OPV Easy Label Creator kan alla OPV Online-anslutna leverantörer snabbt skapa produktrelaterat material som till exempel etiketter, säljblad, produktkataloger och promotionmaterial. All information och bilder hämtas automatiskt från

OPV Online och det färdiga materialet blir en högupplöst PDF med bild och OCR-text.

– Att som leverantör administrera detta själv har aldrig varit lättare. Allt som behövs är OPV Easy Label Creator, säger Johan Danielsson.

**DEN STORA FÖRDELEN** med OPV Easy Label Creator är att tjänsten är kostnadseffektiv. Och för att göra det ännu smidigare har nu OPV valt att plocka bort årskostnaden för alla OPV Online-kunder.

– Vi ser gärna att fler utnyttjar alla fördelar med OPV ELC – därför har vi valt att inte ta ut någon årsavgift för applikationen, säger Johan Danielsson.

OPV Easy Label Creator levereras med färdiga etikettmallar – tre varianter av 26x105 mm och tre varianter av 39x148,5 mm.

– Vi kan givetvis också skräddarsy egna mallar till OPV Easy Label Creator för att producera andra sorters etiketter, säljblad, produktkataloger och så vidare. Det är bara att kontakta oss så hjälper vi till också med detta, säger Johan Danielsson.



JOHAN DANIELSSON, VD, OPV

## Vilket OPV-system använder du?



**Yvonne Redenholt,**  
marknadsassistent, Tulip  
Food Company.

– Vi använder OPV Online och OPV Space sedan ett par år tillbaka och det är system som är väldigt enkla att använda. Det går snabbt och tillgängligheten är stor. Våra kunder kan alltid vara säkra på att det är rätt bilder i bildbanken. Dessutom är OPV:s service väldigt bra och snabb – det är aldrig några problem. När det kommer in nya produkter finns OPV alltid till hands och kan hjälpa oss att ta bilder. Det behövs helt enkelt inga andra system än det OPV har att erbjuda.

### **Ann-Louise Segerhag,** projektledare, Nordic Sugar.

– OPV:s bildbank är ett jättebra, enkelt och smidigt system som vi har använt i ett par års tid. Just enkelheten gör det smidigt för våra samarbetspartners att hitta rätt bland våra produkter i de länder vi är verksamma i. I dagsläget har vi speciella länkar till bildbanken för Sverige, Danmark, Finland, Estland, Lettland och England och vi är på gång att få samma system för Norge och Litauen. Där visas de produkter vi har i respektive land och vi känner oss väldigt trygga med OPV:s system.

*Urban Hägglund, Arla Foods:*

# – OPV ger oss enkelhet, trygghet och helhet

**Proffsigt, enkelt och rationellt. Urban Hägglund, KAM Food Service på Arla Foods, sammanfattar samarbetet med OPV och de OPV-produkter Arla Foods använder sig av.**

**– Vi är otroligt nöjda och jag kan inte se att vi behöver något annat eller någon annan leverantör av de här tjänsterna, säger Urban Hägglund.**

**SAMARBETET MELLAN OPV och Arla Foods** sträcker så långt tillbaka i tiden att Urban Hägglund, före detta ansvarig för butiksutveckling, har svårt att minnas när det inledades.

– Det måste vara mer än tio år sedan i alla fall, säger han.

### **Vilka av OPV:s system och tjänster är det ni använder?**

– Ja du... Är det nåt vi inte köpt? säger Urban och skrattar.

Arla Foods använder sig av Online, Space, Easy Label Creator och har även en speciellt framtagen produktlistning på sin hemsida som tagits fram i samarbete med OPV.

– Vår produktdatabas kom som ett svar på den digitala världens efterfrågan. Eftersom det i mångt och mycket är våra kunder som dikterar villkoren hur vi ska jobba och presentera våra produkter, är denna databas nödvändig. Det krävs professionalism och det tycker jag också att vi kan leverera med detta system som stöd.

**FYRA GÅNGER** om året öppnas Arla Foods så kallade intagningsfönster – de gånger handeln tillåter revidering av produkter. Då krävs det ett enkelt och rationellt system, något som Urban Hägglund tycker att OPV har.

– Enkelheten och snabbheten är a och o eftersom vi bara har en

viss tid på oss att lansera våra nya produkter.

**ARLA FOODS** har också en tryckt produktkatalog, men den fungerar mer som en produktbas och är svår att hålla uppdaterad.

– Våra säljare använder den tryckta katalogen i ett första införsäljningstillfälle, men för att det ska fungera rationellt hänvisar vi sedan in på hemsidan där alla de senaste produkterna alltid finns uppdaterade, säger Urban Hägglund.

### **Finns det något du saknar?**

– Ja. Framför allt tycker jag att det borde finnas en branschstandard när det gäller produktbilder och hantering av dem. Det finns vissa initiativ att det ska hända något som kan bli en standard i slutändan, men jag tycker att DLF borde kunna vara mer drivande i den här frågan, säger Urban Hägglund.

– Dessutom saknas det helt en standard för att hantera näringsinnehåll. Dessa uppgifter bör tydligare kopplas till produktfakta – i dag ligger de oftast i olika databaser.

### **Du ser ingen fara i att OPV är så dominerande på marknaden?**

– Det är klart att det alltid är bra med konkurrens, men eftersom vårt samarbete fungerar så bra, har vi ingen anledning att byta till något annat.

Leif Simonsson

### **ARLAS HISTORIA I KORTHET**



**1880:** Stockholms Mjölkförsäljningsaktiebolag bildas av bröderna Wilhelm och Hildemar Albin Lidholm.

**1915:** Lantmännens Mjölkförsäljningsförening bildas. I dagligt tal kallas den Mjölkkentralen.

**1927:** Namnet Mjölkkentralen (MC) registreras som firmamamn.

**1959:** Mejeriföreningarna i Skaraborg börjar fusionera med MC.

**1962:** MC tar över NEN:s Mejeri i Stockholm.

**1969:** MC fusionerar med Jönköpings Mejeriförening.

**1971:** MC går samman med Lantbrukarnas Mjölkkentral i Göteborg (LMC), Sydöstmejerier och Örebroortens Mejeriförening.

**1975:** Mjölkkentralen byter namn till Arla och Arlakon blir den nya logotypen.

**2000:** Arla fusionerar med det danska mejeriföretaget MD Foods och blir Arla Foods.

**ÄGARE:** Cirka 7 600 svenska och danska bönder.

**OMSÄTTNING:** Netto 49 miljarder danska kronor (2010).

**ANTAL PRODUKTER/ARTIKLAR:** Cirka 800.

**ANTAL KUNDER:** Cirka 30 000 stycken.

### **OPV ONLINE**

När du behöver:

- En samlad plats för din bild- och produktinformation.
- En enda plats där din information uppdateras.
- Se till att din bild- och produktinformation finns tillgänglig för alla som behöver den.



### **OPV SPACE**

När du behöver:

- Tillgång till dina egna och dina medaktörens bilder och förpackningsdata.
- Ett bra och enkelt sätt som hjälper dig att skapa planogram.





”

Enkelheten och snabbheten är a och o eftersom vi bara har en viss tid på oss att lansera våra nya produkter.

an Hägglund, KAM Food Service och före detta ansvarig för butiksutveckling på Arla Foods, är nöjd med det OPV In-Store Promotion levererar och kan inte se att det behövs något annat på marknaden.

Foto: Joel Marklund

## Vilket OPV-system använder du?



### Richard Jönsson, Inköpsansvarig, Haribo Lakrits AB

– Vi har hela vårt sortiment kopplat till OPV:s bildbank och är otroligt nöjda med den snabbhet och service OPV levererar. Vi har haft samarbete med OPV i över tio år och det har alltid fungerat jättebra. När vi själva gör ändringar i bildbanken är det enkelt och smidigt och när vi ber OPV om hjälp går det på ett ögonblick. Vi har även deras Easy Label Creator i ”pipeline” och kommer att sätta igång även med denna produkt så småningom.



### Jeanette Segerman, Trade Marketingansvarig, Vaasan Sverige AB

– Vi och våra kunder inom både dagligvaruhandeln och servicehandeln har stor användning av OPV Easy Label Creator. Vårt samarbete med OPV fungerar jättebra och tillsammans har vi varit kreativa och skapat fler möjligheter för våra kunder, bland annat mallar för multipriser, beställnings- och sortimentslistor. Nu senast har vi tagit fram mallar för specifika kampanjer. Vi försöker ständigt förbättra så att kunderna får större användningsmöjligheter av systemet och OPV är mycket lyhörda och professionella när vi har specifika önskemål.

### OPV EASY LABEL CREATOR

När du behöver:

- Ett snabbt och enkelt sätt att skapa etiketter och tryckmaterial för era produkter.



### OPV FÖR DIG

När du behöver:

- Automatisk uppdatering av bild- och produktinformation på egen hemsida.
- Specialanpassade funktioner kopplat till ditt egna mediasystem.
- Utveckla egna webbapplikationer eller hemsidor.





Branschorganisationen DLF har 170 medlemsföretag. DLF ser till branschens intressen men har också ett kommersiellt syfte.

Jörgen Friman, vd på DLF:

## – Fri konkurrens gynnar alla

**DLF ÄR** intresseorganisationen för företag inom dagligvaruindustrin och har i dag 170 medlemsföretag. Enligt Jörgen Friman, vd på DLF, har branschorganisationen många viktiga frågor på dagordningen.

– Vi agerar alltid med medlemsföretagens intressen för ögonen och ser till att det inom specifika och konkurrensneutrala områden är en väl fungerande bransch, säger Jörgen Friman som tillträdde som vd redan 2001.

**DLF:S UPPDRAG** är i första hand att förse medlemsföretagen med ny kunskap och att skapa mötesplatser.

Dagligvarubranchen är, enligt Jörgen Friman, en relativt traditionell bransch och trots att antalet medlemsföretag har blivit färre sedan han klev in som vd – ”många företag har slagits ihop under åren och konsoliderat sin verksamhet” – har DLF ändå utvecklats.

– Vi har många dotter- och intressebolag som vi driver starkt framåt och DLF består i dag av en företagsgrupp som tar till vara på branschens intressen men som också har ett kommersiellt syfte.

**BLAND DLF:S** dotter- och intressebolag återfinns bland andra Kuponginlösen (ägs till 100 procent av DLF), Svenska Retursystem (50 procents ägarskap), GS1 Sweden (50 procent) och Förpacknings- och Tidningsinsamlingen (FTI).

– Branschen har uppskattningsvis sparat miljarder genom dessa bolag. Bland annat genom att olika standarder har implementerats, vilket skapat kostnads-effektiva lösningar i hela varuflödeskedjan.

**Ser du ingen fara i att ni genom era dotter- och intressebolag gör det svårt för andra aktörer på marknaden att konkurrera på lika villkor?**

– Nej, om våra dotter- och intressebolag inte är konkurrenskraftiga eller erbjuder ökad kundnytta har de inget berättigande. Har något företag svårt att konkurrera med våra bolags produkter utgår jag från att det beror på att de inte är konkurrenskraftiga. Att ett bolag ägs av DLF innebär inte att våra medlemmar är förbundna att köpa deras tjänster eller produkter, säger Jörgen Friman.

Leif Simonsson



Jörgen Friman, vd DLF.



DLF består i dag av en företagsgrupp som tar till vara på branschens intressen men som också har ett kommersiellt syfte.

### Nya kunder hos OPV

OPV hälsar följande företag välkomna som under hösten anslutit sig till OPV:s system:

- Skånefågel AB
- Swereco Group AB
- Mölle Chark AB
- Jakobsdals Charkuteri AB
- Melkers Chark AB
- Food Broker International
- Lindström Handel AB
- Atkins
- Menigo Foodservice AB
- Brunngård Group AB
- Granberg Sverige AB
- Corapass Group AB
- Ett plus Ett AB
- Hela Pharma AB
- Hälsinge Lantkök
- Lernberger Staksing AB
- Mathem I Sverige AB
- Smålands Kräftan AB
- Wurstmaster AB
- Visma Sirius
- Tv4/Expressen/Mobilab

### I nästa nummer av ”aktiva bilder”:

- Vi berättar mer om OPV:s nya produkt OPV Storage, en webbaserad bild- och produkt databas som lagrar all form av dokument och media och som dessutom administreras helt av kunden.
- Några av våra kunder berättar hur de nyttjar våra tjänster – allt från OPV Online till OPV Easy Label Creator.
- Ansvariga ger sin syn på vikten av en standard för branschen.



GOD JUL OCH  
GOTTNYTTÅR  
ÖNSKAR  
VI PÅ OPV