

Slutrappport Pilotutbildning

Kompetenshöjande insatser för utvecklad kommersiell service
2026-03-31

MED FINANSIERING FRÅN



REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN

UTVECKLA
NORRBOTTEN
EN DEL AV REGION NORRBOTTEN

Region
Västernorrland

region
västerbotten

Sammanfattning

Under perioden oktober 2025 till mars 2026 genomfördes en pilotutbildning för fyra dagligvarubutiker i landsbygds- och serviceglesa områden, på uppdrag av fyra regioner. Syftet var att förse butikerna med verktyg för att öka deras lönsamhet, effektivitet och kundservice.

Detta visar pilotutbildningen i korthet:

Vad fungerade

Pilotutbildningen visar att ett **sammanhållet, individanpassat och praktiskt inriktat stöd** fungerar väl för målgruppen. Kombinationen av individuella insatser (coaching, ekonomimöten, butiksbesök) och gemensamma workshops skapade både **relevans i vardagen och möjlighet till lärande i grupp**.

Särskilt de **fysiska butiksbesöken och den individuella coachingen** hade stor betydelse för engagemang och förändringsvilja. Det digitala upplägget fungerade effektivt och möjliggjorde kontinuitet utan omfattande resursåtgång.

Vad gav effekt

Piloten har lett till tydliga resultat i deltagande butiker:

- **Ökad affärsmässig förståelse** och bättre grepp om ekonomiska nyckeltal
- **Tydligare prioriteringar** i det dagliga arbetet

- **Konkreta förändringar i arbetssätt**, exempelvis inom sortiment, planering och uppföljning
- **Stärkt trygghet i företagarrollen**
- **Ökat erfarenhetsutbyte och nätverkande** mellan butiker

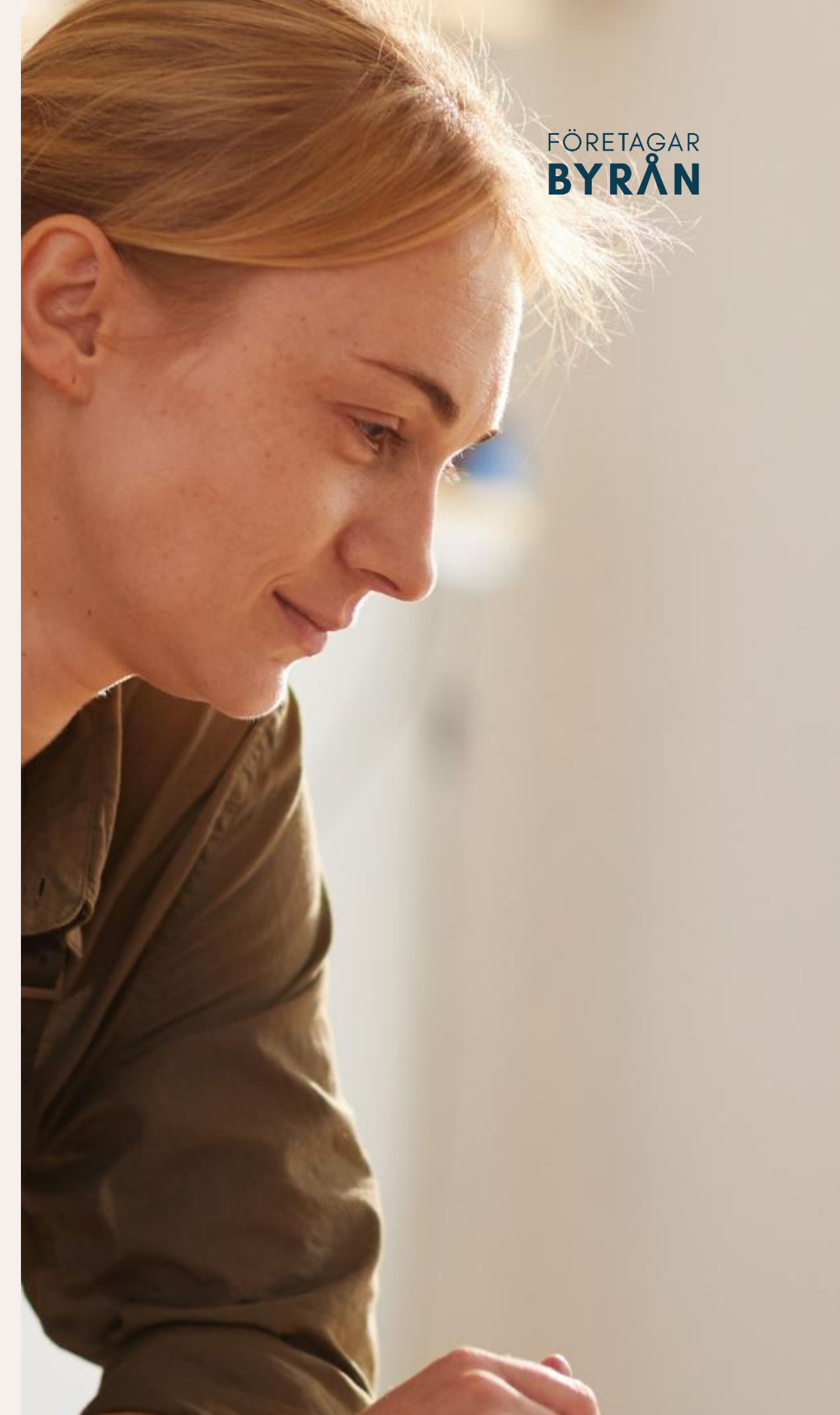
Effekter på lönsamhet bedöms uppstå över tid – piloten har främst initierat förändring.

Vad kan göras framåt

Pilotens samlade erfarenheter pekar tydligt på behovet av att gå vidare från test till struktur:

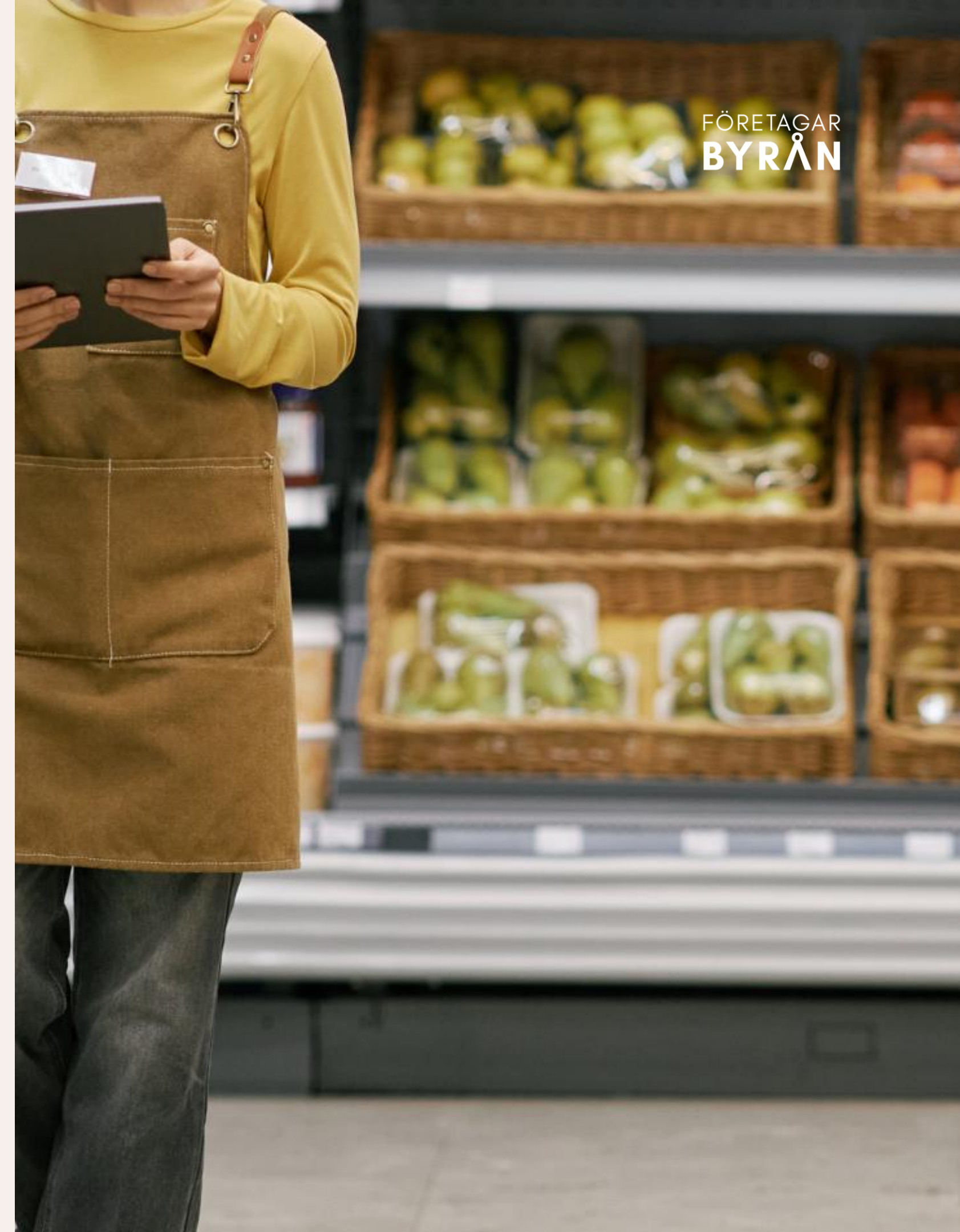
- **Skala upp insatsen i en mer långsiktig modell** (ca 12 månader) för att möjliggöra varaktiga resultat
- **Säkerställ individanpassning och praktiskt fokus**, då detta är avgörande för effekt
- **Prioritera insatser i rätt ordning** – börja med affärsstyrning och grundläggande lönsamhet, följt av bredare kompetensutveckling
- **Bygg vidare på digitala och kostnadseffektiva arbetssätt** för ökad räckvidd
- **Möjliggör genomförande via befintliga stödformer**, där företag kan söka finansiering för denna typ av insatser

Den samlade bedömningen är att piloten inte bara bekräftar identifierade behov, utan också visar **hur framtida stöd kan utformas för att ge faktisk effekt**.



Innehållsförteckning

1. Uppdrag Bakgrund och genomförande	4
2. Resultat och lärdomar	10
3. Lärdomar, insikter och rekommendationer	16
4. Förslag till fortsatt modell	20
5. Bilagor	23
6. Om Företagarbyrån	32



Uppdrag, bakgrund och genomförande

Uppdraget

Beställare/Uppdragsgivare

Region Västernorrland i samverkan med Region Norrbotten, Region Västerbotten och Region Jämtland Härjedalen

Genomförande aktör

Affärskompetens Företagarbyrån Sverige AB

Period

Oktober 2025 - mars 2026

Omfattning

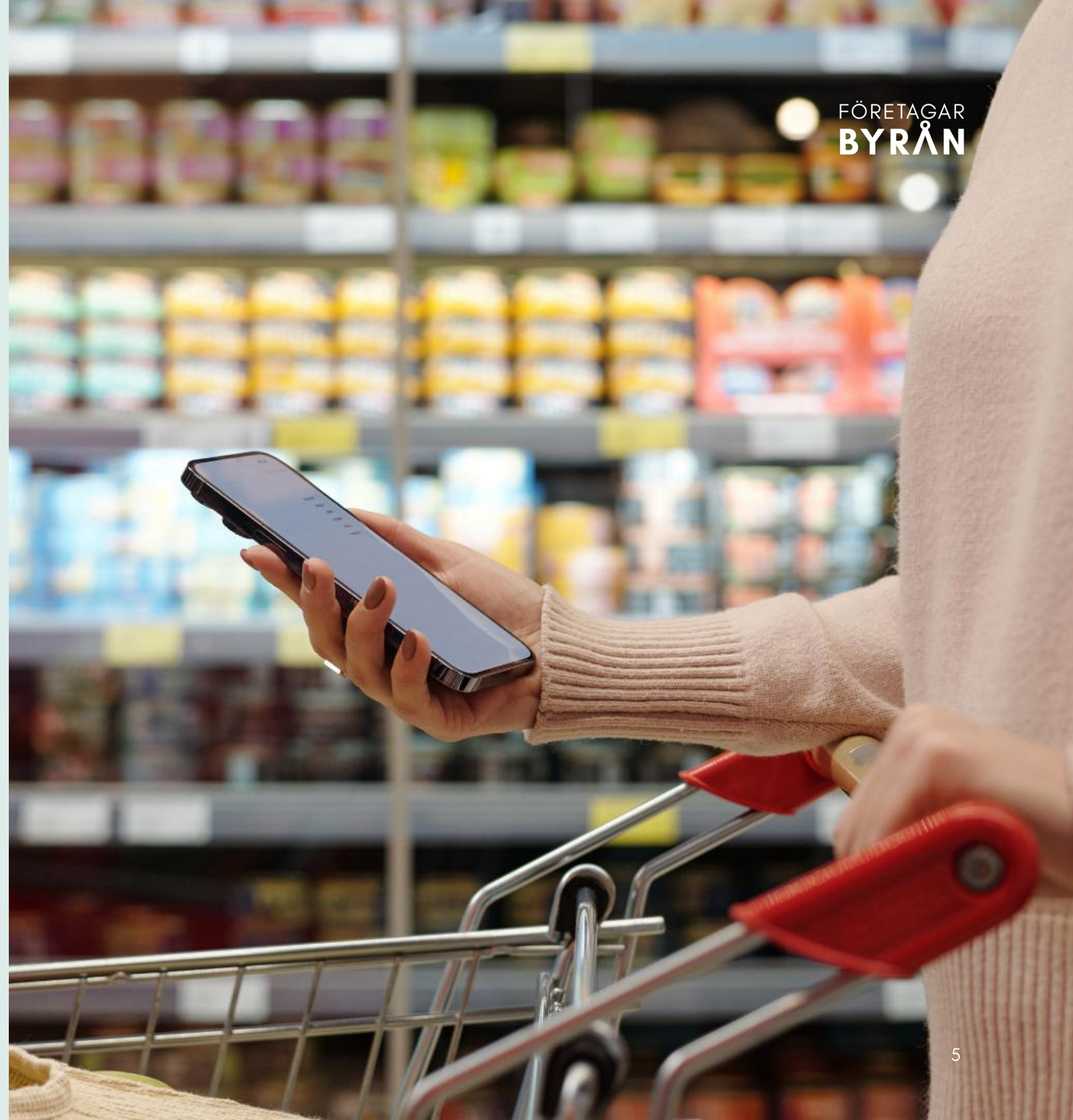
Pilotutbildning i fyra dagligvarubutiker i landsbygds- och serviceglesa områden

Syfte

Att stärka den kommersiella servicen i serviceglesa områden genom att öka kompetensen hos butiksägare och medarbetare

Mål

Ge deltagarna verktyg för att förbättra lönsamhet, effektivitet och kundservice samt stärka deras roll som samhällsbärande aktörer



Bakgrunden och behovsbild

Förstudien – sammanfattning av nuläge och behov

En förstudie genomförd av WSP våren 2025 visar att dagligvarubutiker på landsbygden har en avgörande betydelse för lokalsamhällets service, trygghet och attraktivitet. Samtidigt präglas många verksamheter av små ekonomiska marginaler, begränsat kundunderlag och stora geografiska avstånd, vilket skapar en sårbar situation.

Många butiker drivs utifrån ett starkt lokalt engagemang snarare än ett aktivt valt företagande. I kombination med ensamhet i företagarrollen och begränsad tid för strategiskt arbete försvårar detta utveckling. Även om visst stöd finns via kedjor och externa funktioner ligger det huvudsakliga ansvaret för affärsstyrning och utveckling på handlaren själv. Regionalt driftstöd är i många fall en förutsättning för fortsatt verksamhet.

Identifierade behov och efterfrågade insatser

Förstudien identifierade fyra centrala kompetensområden med särskild betydelse för butikernas långsiktiga hållbarhet: ekonomi, marknadsföring, försäljning i butik samt teknik och digitala system. Därtill framkommer ett tydligt behov av stöd i att konkretisera vilka insatser som är mest relevanta för den egna butiken samt möjlighet till nätverkande och erfarenhetsutbyte med andra handlare.

Butikerna efterfrågar framför allt individuellt anpassade insatser i form av butikskoaching, platsbesök, fysiska utbildningar och kompletterande digitala föreläsningar. För att insatserna ska få effekt betonar förstudien vikten av att innehållet är praktiskt, verklighetsnära, genomfört på butikernas villkor samt att det finns kontinuitet och uppföljning över tid.



Pilotutbildningens genomförande

En behovsstyrd och individanpassad process

Arbetet inleddes med individuella uppstartssamtal för att skapa en gemensam bild av nuläge, mål och utmaningar. Utifrån detta togs en första handlingsplan fram för varje butik. Därefter genomfördes en kombination av individuella och gemensamma insatser med fokus på **praktisk tillämpning i butikens vardag**. Varje butik deltog i flera coachande samtal och ekonomimöten samt ett fysiskt butiksbesök. Fokus låg på att tydliggöra sambandet mellan vardagliga beslut och ekonomiskt resultat.

Insatserna bestod av:

- Individuella uppstartssamtal för att beskriva nuläge och behov
- Individuella coachmöten med fokus på handlingsplan för butiken. De individuella samtalen innehöll även stöd i förändringsarbete och självledarskap, med målet att stärka tryggheten i företagarrollen och skapa struktur för uppföljning över tid.
- Ekonomimöten med fokus på verksamhetens resultat och balans, budgetarbete och vilka nyckeltal som är viktiga att följa
- Fysiska butiksbesök med fokus på att skapa förståelse hur varje butik kan påverka sin egen butiksekonomi gällande sortimentsoptimering, effektivare exponering och kampanjplanering, merförsäljning och kundflödesstyrning samt även här regelbunden uppföljning av nyckeltal allt sammanställt i handlingsplan.
- Workshops med fördjupning i de gemensamma utmaningarna som framkommit vid möten och besök och fokus på lönsamhet, effektivitet samt kundservice.
- Nätverkande kring butiken som samhällsbärande aktör med inbjudna gäster som delat erfarenheter från sina verksamheter.
- Digital plattform med tillgång till kurser inom företagsutveckling, mallar och inspelat material
- Insamling av lärdomar inför en möjlig framtida, mer skalbar modell.

Pilotutbildningens genomförande

Kombination av fysiska och digitala insatser

Genomförandet var i huvudsak digitalt, kompletterat med fysiska butiksbesök. Insatserna bestod av individuella digitala möten i kombination med gemensamma workshops.

Deltagarna hade även tillgång till inspelat utbildningsmaterial, vilket möjliggjorde att ta del av innehåll i efterhand vid frånvaro.

Pedagogiskt angreppssätt

Genomförandet präglades av ett coachande arbetssätt med fokus på dialog, reflektion och praktisk tillämpning.

Arbetet byggde på lärande i steg – från att synliggöra utmaningar till att stärka kompetens och handlingsförmåga. Samtliga insatser anpassades efter varje butiks förutsättningar, vilket visade sig vara avgörande för engagemang och resultat.

Verktyg och digitala stödstrukturer

Ett antal praktiska verktyg och mallar användes för att stödja arbetet med lönsamhet, effektivitet och kundservice. Dessa samlades i en digital portal som fungerade som ett gemensamt nav för material och uppföljning.

Verktygen användes främst i direkt koppling till det praktiska arbetet i butik.

Samverkan

Genomfördes i nära dialog med regionerna genom uppstart, löpande uppföljning och gemensam utvärdering.



Centrala verktyg

Verktyg användes integrerat i de individuella coachsamtalen, ekonomimötena och butiksbesök med fokus på att tydliggöra sambanden mellan vardagliga beslut och ekonomiska resultat.



Affärsmässighet

Målområden och handlingsplan, som stöd för prioritering, struktur och genomförande av affärsutvecklande åtgärder



Lönsamhet

Budgetmallar, som underlag för ökad förståelse av butikens ekonomi och framtida planering



Butiksekonomi och effektivitet

Nyckeltal för butiksekonomi, som verktyg för att följa upp lönsamhet, marginaler, snittköp och effektivitet i den löpande driften

En deltagare beskrev nyttan av arbetssättet:
”Ni har verkligen lyckats samla allt på ett ställe.”
— Deltagare, pilotutbildningen Norrland 2025

Tidsinsats för respektive butik

- 6-10 timmar individuella digitala möten
- ca 10 timmar gemensamma digitala workshops
- ca 6 timmar fysiskt butiksbesök
- ca 5-20 timmar eget arbete av deltagarna

Tidslinje



**Oktober –
November 2025**

Uppstart – dialog –
relationsskapande

**December 2025 –
Mars 2026**

Individuella möten

**Februari – Mars
2026**

Gemensamma workshops

Mars 2026

Utvärdering

Resultat och lärdomar

Resultat från pilotutbildningen

Enkät

Som en del av uppföljningen besvarade samtliga 4 deltagare en anonym enkät med 25 frågor (enkäten finns som bilaga). Enkäten syftade till att fånga deltagarnas upplevelser av pilotutbildningens olika inslag – individuell coaching, ekonomimöten, butiksbesök och gemensamma workshops – samt vilken nytta dessa haft i den egna verksamheten.

Resultaten ska tolkas som indikativa, då antalet deltagande butiker endast var fyra. Fokus har därför lagts på mönster, variation och deltagarnas beskrivna erfarenheter, snarare än på statistisk jämförelse mellan insatser.

Sammanfattande resultat

Resultaten visar samstämmigt att pilotutbildningen har bidragit till:

- Ökad tydlighet i prioriteringar i det dagliga arbetet
- Nya idéer kring effektivisering och lönsamhet
- Ökad förståelse för ekonomiska nyckeltal
- Ett behov av fortsatt stöd och uppföljning för att realisera effekterna

Värde av insatserna

De olika delarna av pilotutbildningen upplevs sammantaget som värdefulla och kompletterande.

Särskilt de individuella insatserna – butiksbesök, coaching och ekonomimöten – lyfts fram som avgörande för att skapa tydlighet, engagemang och konkreta förbättringsområden.

Deltagarnas egna ord ger en fördjupad bild av pilotutbildningens betydelse:

“

”Jag har lite bättre koll på ekonomin. Jag har byggt om i butiken. Försöker förmedla till personalen VAD som är viktigt – service, mottagandet och merförsäljning.”

“

”Vi har ändrat arbetet kring årsplanering – mer detaljerad planering, aktiviteter och hur varor placeras.”

Resultat från pilotutbildningen

Effektivitet och arbetssätt

- Samtliga deltagare uppger att utbildningen har gett nya idéer för att arbeta mer effektivt. Flera har redan börjat använda konkreta verktyg från utbildningen, medan andra ser potential att implementera dessa framöver.
- Insatsen har också bidragit till ökad tydlighet kring prioriteringar i det dagliga arbetet, vilket lyfts som en viktig effekt.

Lönsamhet och ekonomisk förståelse

- Deltagarna upplever att utbildningen har stärkt deras förståelse för lönsamhetsdrivande faktorer och nyckeltal. De individuella ekonomimötena lyfts särskilt fram som värdefulla.
- Flera deltagare bedömer att effekter på lönsamhet och effektivitet blir synliga först efter en period av fortsatt implementering, vilket tyder på att utvecklingsarbetet fortfarande pågår.

Kund och butik

- Utbildningen har även bidragit med idéer kring kundbemötande och anpassning efter butikens specifika behov.
- Deltagarna ser potential att utveckla kundupplevelsen ytterligare, men effekterna bedöms bli synliga först på sikt.

Behov framåt

Enkäten visar tydligt att deltagarna ser behov av fortsatt stöd för att omsätta insikterna i praktiken. Detta gäller särskilt:

- Uppföljning av ekonomiska nyckeltal
- Implementering av nya arbetssätt
- Fortsatt individuell coaching

Nätverkande och samverkan lyfts som viktiga faktorer för butikernas utveckling.

Betalningsviljan varierar, vilket indikerar att framtida insatser kan behöva anpassas i omfattning eller kombineras med offentliga stöd.

Deltagarnas egna ord ger en fördjupad bild av pilotutbildningens betydelse:



”Konkreta tips från butiksgenomgången framför allt, samt utbyte med andra.”



”Faktabaserad uppföljning på artikelnivå – hyllvärmare bort och bättre beställningspunkter.”

Förstudie och pilot – överensstämmelse och fördjupade lärdomar

Bekräftelse av förstudien

En fråga från regionerna har varit i vilken utsträckning resultaten i WSP:s förstudie överensstämmer med den verklighet som framkommit genom pilotutbildningens genomförande.

Pilotutbildningen visar att resultaten från förstudien i hög grad överensstämmer med den verklighet som framkommit i arbetet med butikerna.

De strukturella utmaningar som identifierades – såsom pressad ekonomi, begränsat kundunderlag, ensamhet i företagrollen och behov av praktiskt och verksamhetsnära stöd – har varit tydliga även i pilotens genomförande.

Förstudien pekar på att många butiker har haft lönsamhetsutmaningar under en längre tid, men att dessa förvärrats efter pandemin till följd av inflation, höjda inköspriser och ökade kostnader. Pilotutbildningen bekräftar denna bild. Samtidigt visar pilotens erfarenheter att många butiker upplever sin situation som låst, trots att det finns affärsmässiga faktorer som de själva i hög grad kan påverka.

Nya och fördjupade insikter från piloten

En viktig lärdom från pilotutbildningen är att utvecklingsresan behöver börja i det som upplevs som mest angeläget här och nu, snarare än i breda och teoretiska kompetensinsatser. När arbetet tar avstamp i butikens aktuella utmaningar – exempelvis låg lönsamhet, svagt snittköp eller ineffektivt sortiment – skapas motivation, handlingskraft och snabbare resultat.

En central lärdom är att **insatser behöver ske i rätt ordning**. Praktiskt stöd i form av butiksbesök, rådgivning och affärsstyrning utgör en nödvändig grund. Först när butiken upplever ökad kontroll över sin ekonomi får utbildning, nätverk och digitala inslag full effekt.

Förstudie och pilot – överensstämmelse och fördjupade lärdomar

Affärsstyrning som nyckel till ökad lönsamhet

Pilotutbildningen visar att praktisk butiksekonomi och affärsstyrning är centrala områden där handlaren ofta har större påverkansmöjlighet än vad som initialt upplevs.

Arbetet har fokuserat på att synliggöra hur vardagliga beslut påverkar resultatet, exempelvis genom:

Lönsamhet

- Öka snittköp per kund genom merförsäljning och paketlösningar
- Tydligare kampanjstrategi och bättre användning av A-lägen
- Rensa sortimentet från lågpresterande och icke-lönsamma varor
- Skapa bättre ekonomisk planering och buffert för lågtrafikperioder

Effektivitet

- Anpassa lager efter faktisk försäljning
- Prioritera aktiviteter med tydlig affärseffekt
- Följa centrala nyckeltal regelbundet, såsom snittköp, marginal och svinn

Kundservice

- Förbättrad visuell guidning i butik för att styra kundflöden
- Bättre integration av café, färdigmat och tilläggstjänster i kundens köpresa
- Använda service och bemötande mer aktivt för merförsäljning

Förstudie och pilot – överensstämmelse och fördjupade lärdomar

Digitala arbetssätt – effekt, flexibilitet och kostnadseffektivitet

En ytterligare erfarenhet som pilotutbildningen bidragit med är att digitala format fungerar väl som komplement, förutsatt att de kopplas till konkreta och pågående utvecklingsarbeten i butik. Korta digitala insatser, kombinerade med fysiska möten och individuell coaching, har visat sig vara ett effektivt sätt att erbjuda stöd med hänsyn till butikernas begränsade tid och resurser.

Sammanfattande bedömning

Pilotutbildningen bekräftar därmed i stor utsträckning förstudien, samtidigt som den fördjupar förståelsen för hur stödet bör utformas och i vilken ordning insatser ger bäst effekt. Utveckling sker snabbast när handlaren först upplever förbättrad kontroll över butikens affär och ekonomi – därefter skapas utrymme för bredare kompetenshöjning, nätverkande och långsiktig utveckling.

Lärdomar, insikter och rekommendationer

Samlade lärdomar och utvecklingsinsikter

Pilotutbildningen har genererat ett antal viktiga lärdomar som kompletterar både förstudien och erfarenheterna från det praktiska genomförandet. Dessa insikter är av särskild betydelse inför en eventuell fortsättning eller uppskalning av liknande insatser.

Tidsramar och omfattning

Pilotutbildningen genomfördes under en relativt kort och intensiv period mellan oktober och mars. Erfarenheterna visar att denna tidsram var tillräcklig för att initiera utvecklingsarbete i butikerna, men inte för att fullt ut konsolidera och långsiktigt förankra förändringarna. Flera deltagare uttryckte att de precis hade kommit igång med sitt utvecklingsarbete när pilotperioden avslutades.

Företagarbyråns samlade erfarenhet från liknande uppdrag visar att en period om cirka 12 månader bör ses som ett minimum för att uppnå varaktiga förändringar i verksamheter av detta slag. Vidare visar piloten att perioder med hög säsongsbelastning – särskilt runt jul och under sommarperioden juni–september – är mindre lämpade för intensiv utbildning och gemensamma aktiviteter.

Digitala arbetssätt och nätverkande

Skillnader i digital mognad identifierades initialt som en potentiell utmaning. Pilotutbildningen visar dock att digitala möten och workshops fungerade väl i praktiken. Digitala format bidrog till minskad restid och ökade möjligheter till kontinuitet. Erfarenheten visar också att små grupper i inledningen skapar trygghet, medan större gemensamma forum fungerar bättre efter att deltagarna lärt känna varandra.

Nätverk och kollegialt lärande

Nätverkandet mellan deltagande butiker visade sig vara en central och mycket uppskattad del av pilotutbildningen. Redan tidigt uttryckte deltagarna behovet av att få tid och utrymme för samtal med andra handlare. Mot slutet av pilotperioden hade flera spontana kontakter och möten etablerats mellan deltagarna, där erfarenheter, idéer och lösningar delades frikostigt.

Samlade lärdomar och utvecklingsinsikter

Individanpassning som framgångsfaktor

En avgörande framgångsfaktor i genomförandet har varit möjligheten till individuellt anpassat stöd. Genom personliga samtal kunde insatserna formas utifrån varje butiks specifika behov, exempelvis inom personalledning, stress, företagsstruktur, ekonomi eller fysiska butikslösningar. Denna flexibilitet ökade både relevans och effekt i insatsen.

Insikter från fysiska butiksbesök

De fysiska butiksbesöken bekräftade butikernas centrala roll för landsbygdens service, sociala sammanhang och trygghet. Samtidigt visade besöken att ekonomin ofta är sårbar trots ett lojalt kundunderlag. Små marginaler, säsongsvariationer och beroende av ett begränsat antal intäktsskällor skapar ett snävt handlingsutrymme.

Besöken synliggjorde samtidigt en tydlig utvecklingspotential i affärsstyrningen, särskilt inom sortiment, exponering, kampanjplanering, merförsäljning och uppföljning av nyckeltal. Erfarenheterna visar att kedjornas stöd i stor utsträckning fokuserar på koncept och standarder, medan behovet av stöd i lokal affärsstyrning i huvudsak faller på handlaren själv.

Rekommendationer från Pilotutbildningen

Utifrån pilotutbildningens resultat och samlade erfarenheter rekommenderas följande för regionernas fortsatta arbete:

1. Prioritera insatser som börjar i affären

Stöd bör i första hand riktas till insatser som stärker butikens affärsstyrning och lönsamhet.

Detta är en förutsättning för att andra utvecklingsinsatser ska ge effekt.

2. Säkerställ att stödet är verksamhetsnära

Insatser med tydlig koppling till butikens vardag – exempelvis coaching och praktiskt utvecklingsarbete – ger högre effekt än generella utbildningsinsatser.

Detta bör vara en central bedömningsgrund vid prioritering av stöd.

3. Prioritera långsiktighet och uppföljning

Stöd som möjliggör kontinuitet och uppföljning över tid ger bättre resultat än enstaka, korta insatser. Finansiering och urval bör därför gynna sammanhängande utvecklingsprocesser.



Förslag till fortsatt modell

För kompetenshöjande stöd till
livsmedelsbutiker på landsbygden

Förslag till fortsatt modell för kompetenshöjande stöd till livsmedelsbutiker på landsbygden

Bakgrund till modellförslaget

Utifrån resultaten från pilotutbildningen och de behov som identifierats i förstudien rekommenderas en sammanhållen, långsiktig modell för kompetenshöjande stöd till livsmedelsbutiker i landsbygds- och servicegläsa områden.

Kortare, fristående insatser ger begränsad effekt till målgruppen. Utmärkt som pilot för att testa fram metoder och liknande. Men för varaktiga resultat krävs tid, individanpassning, praktiskt genomförande och kontinuerlig uppföljning. Det är ofta i beteende förändring och implementering utmaningarna ligger, och det är även det som skapar resultaten.

Därför föreslås en sammanhållen modell om cirka 12 månader för att resultat ska uppnås som kan bli hållbara.

Modellens upplägg

Modellen är uppbyggd i två huvudfaser:

1. Grund

Fokus på lönsamhet, struktur och prioriteringar. I den här fasen påbörjas samtliga fem moduler (se nästa sida).

2. Genomförandet

Stöd för implementering och utveckling i den dagliga verksamheten. I den här fasen fördjupas samtliga fem moduler med undantag för butiksbesök som genomförs i grundfasen.

Så genomförs stödet

- Individuellt anpassat coaching – och rådgivningsstöd utifrån butikens förutsättningar
- Workshops, kurser och nätverkande gemensamt med andra butiker
- Digitalt som bas – fysiska inslag där de ger störst effekt (butiksanalys)
- Kontinuerlig uppföljning och stöd över tid för att säkra progress

Sammanfattande bedömning

Modellen bygger på pilotens resultat och bedöms skapa bättre förutsättningar för varaktig effekt, stärkt lönsamhet och långsiktigt hållbar kommersiell service.



Modellen består av fem samverkande moduler som tillsammans skapar en helhet:

MODUL 1 - Behovsanalys och uppstart

Kartläggning av nuläge, mål och prioriteringar. Gemensam lägesbild och första handlingsplan.

Momentet syftar till att:

- tydliggör prioriterade utvecklingsområden
- etablerar arbetssätt och relation

Syfte: Säkerställa rätt start och relevanta insatser för varje butik.

MODUL 2 - Platsbesök och praktisk rådgivning

Fysiskt butiksbesök med fokus på butikens affärs och drift. Genomgång av nuläge och identifiering av förbättringsområden.

Momentet syftar till att:

- skapa konkret bild av butikens arbetssätt och utformning
- ge direkt återkoppling och konkreta åtgärdsförslag som förs in i handlingsplanen.

Syfte: Skapa snabb, synlig utveckling genom praktiska förbättringar i butikens vardag.

MODUL 3 - Kompetenshöjning i grupp

Gemensamma kompetenshöjande insatser i grupp för lärande och erfarenhetsutbyten. Genomförs främst digitalt, med fokus på praktiskt tillämpbar kunskap.

Momentet syftar till att:

- stärka kunskap inom bl.a. lönsamhet, effektivitet, kundarbete, ledarskap, struktur.

Syfte: Bidra till ökad förståelse och utveckling i samverkan

MODUL 4 - Individuell coaching och uppföljning över tid

Löpande stöd i genomförandet av prioriterade åtgärder. Fokus på uppföljning av butikens mål och handlingsplan, justeringar och framdrift.

Momentet syftar till att:

- uppföljning av handlingsplan och åtgärder
- Stödja förändringsarbetet och hantera hinder

Syfte: Säkerställa att insatser leder till faktisk implementering och bestående förändring.

MODUL 5 - Nätverk och samverkan

Strukturer för erfarenhetsutbyte och samarbete mellan butiker.

Momentet syftar till att:

- stärka lärande och utbyte mellan deltagare
- skapa förutsättningar för långsiktiga relationer och stödstrukturer

Syfte: Bidra till ökad samverkan och långsiktig utveckling

Bilagor

1. Utvärdering – Enkätfrågor och svar
2. Förstudie WSP 2025

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

Har pilotutbildningen gett dig nya idéer för att arbeta mer effektivt?

Snittbetyg: 8.5

Vilka verktyg har du kunnat börja använda redan nu?

Svar 1: Jag har lite bättre koll på ekonomin. Jag har byggt om i butiken. Försöker förmedla till personalen VAD som är viktigt, service, mottagandet och mer försäljning.

Svar 2: Vi har ändrat arbetet kring års planering mer detaljerat försäljning planering tex olika aktiviteter annat tänk vid produktplaceringar.

Svar 3: Konkreta tips från butiks genomgången framför allt, samt utbyte med andra deltagare i projektet.

Svar 4: Presentation av kampanjer och varor,
Planera i tid för kampanjer, beställningar
Målinriktad uppföljning av ekonomi och försäljning
Personal möten för planering veckovis.

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

Vilka verktyg tror du att du kommer fortsätta använda framöver?

Svar 1: Mottagande av kunder och mer försäljning.

Svar 2: Har även gjort om arbetet med svinn tillsammans med personalen så att alla ska ta större ansvar och vara lätt så Extra personal semester vikare ska lätt använda och förstå arbetet med svinn-årshjulet en viktig plattform där även instruktioner om arbetsrutiner ingår och vem som är ansvarig.

Svar 3: Samtliga

Svar 4: Faktabaserade uppföljning på artikelnivå, ang hyllvärmare, artiklar med låg omsättning tas bort, lägga in beställningspunkter och maximal antal som får beställas.

I vilken grad har insatsen gjort det tydligare vad du ska prioritera i ditt dagliga arbete?

Snittbetyg: 7.2

Har pilotutbildningen gett dig nya insikter om hur du kan öka butikens lönsamhet?

Snittbetyg: 7.2

Hur mycket har insatsen hjälpt dig att prioritera vilka delar av verksamheten som är viktigast för lönsamheten?

Snittbetyg: 8.2

Hur väl rustad känner du dig att fatta lönsamhetsdrivande beslut efter insatsen?

Snittbetyg: 7.8

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

När tror du att du kan se resultat kopplat till lönsamhet?

Svar 1: 1-3 månader.

Svar 2: Inom 1 månad.

När tror du att du kan se resultat kopplat till effektivitet?

Svar 1: 3-6 månader.

Svar 2: Inom 1 månad.

Vilket stöd behöver du för att fortsätta arbetet som påbörjats?

Svar 1: Jag skulle verkligen uppskatta om Anna-Lena kunde fortsätta ha någon uppföljning till, innan årsskiftet.

Svar 2: Alla stöd i denna utbildning har varit en bra tankeställare i arbetet i butiken förstå varandras ansvarsområden. utbildningen har även gett ett annat tänk och kopplingen till andra handlare med samma strukturer har även gett mycket ideer vad man kan göra

Svar 3: Gärna uppföljningar kring hur olika satsningar och försök utfallit i just vårt sammanhang och analys kring vad som gått bra eller mindre bra och analysarbete framåt hur man ska tänka och jobba vidare. Även erfarenhets utbyte med andra butiker/aktörer och även gemensamma workshops med leverantörer för att öka förståelsen för våra respektive förutsättningar.

Svar 4: Det skull vara bra med en uppföljning under hösten, för att gå igenom vad som hänt.

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

**Har pilotutbildningen
gett dig nya idéer för
kundbemötande?**

Snittbetyg: 6.5
Spridning: 8,5,6,7

**När tror du att du kan se
resultat kopplat till
kundservice och kunder?**

Svar 1: Inom 1 månad
Svar 2: Inom 1 månad

**Har pilotutbildningen
gett dig nya perspektiv
på butikens roll i
samhället?**

Snittbetyg: 8.0

**Hur viktig är
nätverkande och
samarbeten för din
butik?**

Snittbetyg: 7.5

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

Hur kan trygghet skapas för att mötas i nätverk/träffar?

Svar 1: Att vi som möts har tystnadsplikt. Det har varit lite tufft ibland att öppna sig i vissa samtal.

Svar 2: har man ett färdigt koncept vid träffar med max 2 ämnen blir dissektionerna lättare och fler idéer kommer fram

Svar 3: Kommunikation, planerade aktiviteter, inbjudan till gemensamma diskussionsträffar.

Svar 4: Genom att lära känna varandra, genom diskussioner om vår erfarenheter.

På vilket sätt kan din butik bidra mer till en levande ort?

Svar 1: Jag ska försöka göra min butik ännu mer välkomnande, både inuti och utanför!

Svar 2: Det är svårt att vara en aktör för i en ort flera mil från tätorten. Ett arrangemang från bygdens befolkning är viktig i detta sammanhang för att kunna hålla en bra servicenivå. Det är även viktigt att träffa byar i orten för samverka med varandra.

Svar 3: På alla sätt! Butiken är ett tydligt nav i bygden och har flera funktioner utöver själva försäljningen, vi är ombud för service av olika slag; apoteks- och systembolags service, skick och utlämning av paket, turistinformation, samhällsinformation, kommuninformation, datapunkt mm

Svar 4: Vi ligger mitt i byn och säljer detaljhandelsvaror, tankstation och i vår närhet driver Mjälloms Byaförening ett stort kulturhus. Vi skulle kunna ingå i en beredskaps planering för området.

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

I vilken grad upplever du att workshoparna har gett dig nya idéer eller arbetssätt för att utveckla butiken?

Snittbetyg: 8.0

I vilken utsträckning har den individuella coachingen bidragit till att du fått tydligare prioriteringar i utvecklingen av din butik?

Snittbetyg: 8.2

I vilken grad har de individuella ekonomimötena ökat din förståelse för butikens nyckeltal och ekonomiska uppföljning?

Snittbetyg: 6.5

OBS! Stor spridning: 9,3,8,6

Hur värdefullt var det individuella butiksbesöket för att identifiera förbättringsområden i butikens sortiment, exponering eller försäljning?

Snittbetyg: 9.2

Om du ser till helheten – hur upplever du att dessa insatser sammantaget har bidragit till att utveckla och stärka din butik och dess långsiktiga hållbarhet?

Snittbetyg: 8.0

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

Finns det något ytterligare du vill tillägga kring insatserna (individuell coaching, ekonomimöten, butiksbesök eller workshops), eller något annat stöd du ser behov av framöver för att stärka din ...

Svar 1: Jag tyckte det blev lite mycket, med de möten som var utanför vår "handlar grupp" Alltså de möten som var där många olika företag var med. Jag kände mig mer trygg då det bara var vi 5 som var i piloten.

Svar 2: Varit bra att man gjorde besök i butiken fick en känsla då att man var engagerat i detta projekt att ta sig tiden att komma och göra en ordentlig genomgång med bra uppföljning. Besöket var oerhört viktigt skapade en driv av alla i butiken. Workshops har varit bra och givande bra och tydliga genomgångar även diskussion med andra butiker.

Svar 3: Som nämndes tidigare; uppföljande analysarbete, organiserade digitala utbyten mellan aktörer, såväl butiker emellan som med leverantörer och även landsbygdsutvecklare/regionen. Vi har uppföljningar lokalt mellan enskild butik och landsbygdsutvecklare/regionen, men tänker att det kunde vara effektivt att få flera infallsvinklar från större underlag, dvs att flera samlas vid samma tillfälle och diskuterar och kommer fram till lösningar/vad som kan utvecklas som gäller flera. Som det är nu så blir det en slags rapportering av läget och önskade scenarion framåt. När flera tittar på olika scenarion då kanske det kan ge att man istället tittar på större gemensamma satsningar utifrån liknande behov och inte att varje butik uppfinner hjulet själv.

Utvärdering – Pilotutbildning

Alla frågor med snittbetyg (1-10) och samtliga fritextsvar. Antal svarande: 4

Hur mycket tid har du lagt ned i piloten? (Antal timmar)

Svar 1: Ärligt, så har jag lagt ned för lite timmar på att slutföra uppgifter vi fått. Men jag har fått bra stötning där av Anna-Lena, då jag haft dåligt samvete för att tiden inte räckt till.

Svar 2: svårt att veta men vid arbetet att träffas i butiken göra om våra års planering/månad med ett mera detaljrikt planering och gjort om dom till digitalt i datorn i stället för pärmar.

Svar 3: Deltagit i flertalet av de aktiviteter som erbjudits.

Svar 4: 50 timmar.

Hur mycket är butiken/företaget villigt att betala för en fortsättning?

Svar 1: Just nu har jag inga medel alls att fortsätta någon utbildning, då jag bara haft butiken i ca 2 år. Men om något år, då allt rullar på skulle det vara värt att betala för. Men sen är det ju alltid svårt INNAN att veta vad en kurs/utbildning ger en. Men i detta fall har det varit otroligt givande för mig. Så TACK för att jag fick frågan att vara med.

Svar 2: vet ej styrelsen beslut.

Svar 3: Vet ej i kronor, då vi fortfarande har en skör ekonomi, men det är definitivt intressant med en fortsättning, så tidsmässigt avsättning skulle absolut finnas, och om/då tanken är att det ska leda till bättre ekonomiska förutsättningar så skulle det kunna vara en bra regional satsning.

Svar 4: 10 000 kr

Affärskompetens Företagarbyrån Sverige AB

Om oss

Vi arbetar med att stärka småföretagare och deras möjligheter till lönsam och hållbar affärsutveckling. Vårt fokus är att möta företagare där de är – i deras vardag, utifrån deras förutsättningar – och bidra till konkret utveckling över tid.

Genom de projekt vi har drivit inom vår ideella förening har vi stöttat över 3 000 småföretagare från hela landet, i en bredd av branscher. Arbetet har gett oss en djup förståelse för vad som faktiskt fungerar i praktiken när företag ska utvecklas, stärkas och bli långsiktigt hållbara.

Denna erfarenhet ligger till grund för Företagarbyrån – vår plattform för att erbjuda småföretagare verksamhetsnära stöd genom både direkt riktade tjänster och strukturerade program. Programmen kan genomföras i samverkan med projektägare, regioner och andra offentliga aktörer som vill nå målgruppen på ett effektivt och träffsäkert sätt.

Vår metodik bygger på rådgivning, coaching och praktiskt genomförande – med fokus på att skapa verklig förändring, inte enbart kunskapsöverföring.

Efter pilotutbildningen – nästa steg

Pilotutbildningen har resulterat i en modell för kompetenshöjande stöd som nu är testad, utvecklad och anpassad för livsmedelsbutiker i landsbygds- och serviceglesa områden.

Modellen är nu redo att erbjudas i bredare skala och kan omfatta butiker från hela landet.

Upplägget bygger vidare på pilotens arbetssätt – med individanpassning, praktiskt stöd och kontinuitet – och kan genomföras i samverkan med regioner, projekt eller inom befintliga stödformer.

Ambitionen är att skapa ett stöd som inte bara når ut – utan också leder till faktisk förändring i butikernas vardag och i de lokalsamhällen de verkar i.



Kontaktuppgifter

Sara Hellberg

sara.hellberg@foretagarbyran.se

073-386 56 21

foretagarbyran.se

Anna-Lena Jansson

anna-lena.jansson@foretagarbyran.se

070-833 88 59

foretagarbyran.se

MED FINANSIERING FRÅN



REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



UTVECKLA
NORRBOTTEN
EN DEL AV REGION NORRBOTTEN

Region
Västernorrland

region
västerbotten