

GJENBRUKSNYTT

Omatt-kurs

Vi minner om at Omatt har dagskurs på følgende dato/sted:

- 16. mars - Drammen
- 22. April - Stavanger

Se omatt.org for mer informasjon.
PS: Det er mulig å delta digitalt!

Bestillinger

Alle bestillinger av butikkinventar, stativer, kleshengere, prøvedukker etc. sendes til post@nlmgjenbruk.no med mindre annet er avtalt. På forhånd takk!

Utlegg

Husk at vi har en velfungerende og enkel elektronisk løsning for utleggsfaktura. Med en smart-telefon, kan alt løses fra mobilen. Samtidig sparer du NLM Gjenbruk for utgifter :) Prøv: utlegg.nlmgjenbruk.no

Økt omsetning?

En med erfaring fra butikk, i en annen bransje, sa til meg: «Det er viktig med aktivitet for å få opp omsetningen».

Aktivitet er alt som skaper oppmerksomhet i og på butikken. Små eller store endringer. Flytting av varer, nye plakater, eller salg. Salg (= aktivitet) er en lettvinnt måte å skape mye oppmerksomhet på. Salg trekker alltid mange kunder. Nye kunder som trives blir fort faste kunder. Vi omsetter for like mye eller mer selv om vi kjører 50% salg. Dermed «blir vi kvitt» dobbelt så mye varer, og vi får fornyet butikken. Fornyet innhold i hyllene (= aktivitet) gjør at kunder handler godt i ukene etter salget. Det er noen sammenhenger her...

Vi har også salg bare på noen varegrupper av gangen, og erfarer at kundene som kommer til salget, også handler andre varer. Det er jo ikke dyrt til full pris heller. Når noen har



gjort et godt kjøp, snakker de om det. Da kommer flere kunder, og de selv kommer tilbake. Hvis en vare har stått litt bortgjemt, kan det å sette den fram i lyset (= aktivitet) plutselig gi den oppmerksomhet nok til at den blir solgt. Og slik kan vi holde på. Morsomt fag dette her!

Tips fra fungerende butikkleder i NLM Gjenbruk Sandefjord



Selv om vi akkurat nå er inne i litt spesielle tider, er generelle tips til økt omsetning alltid aktuelt. Takk til Sandefjord, som svarte på utfordring fra Adm om tips til fellesskapet!

Annonser i VL & Dagen

Våre «løpende» annonser i avisene Vårt Land og Dagen, skal nå være stoppet. Dette har vært svært gunstige avtaler, men vi har likevel valgt å ikke videreføre dem dette året.

Plastposer

For blant annet å spare penger, unngå stort varelager samt sikre hurtig tilgang, har vi valgt å gå over til umerkede hvite plastposer som erstatning for plastposer med trykk. Vårt foretrukne og bærekraftige alternativ, er handlenettene.

Gratulerer!



- Sandefjord 10 år
- Askøy 5 år

Økonomi

	2020	2019	Endring	
Omsetning Jan–Des	kr 81 532 223,00	kr 73 327 523,00	kr 8 204 700,00	11,2%
Resultat Jan–Des	kr 37 123 864,00	kr 30 170 742,00	kr 6 953 122,00	23,0 %

Bjarte har ordet:

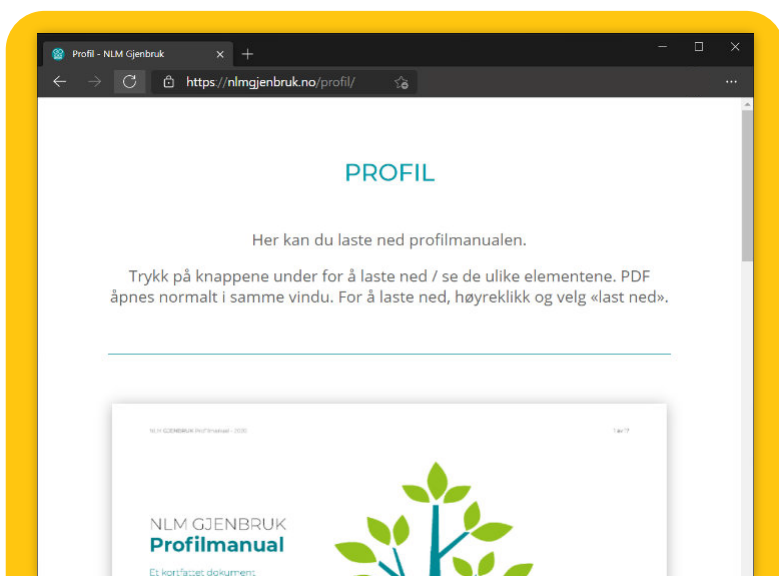
For 2021 har jeg som forsett og ikke kjøpe et nytt klesplagg, og jeg er ikke alene.

Klesindustrien er en av de verst forurenserne i verden, det går med mye energi, et enormt vannforbruk og utstrakt kjemikaliebruk. Fast fashion, billigmote er verstingen. Klær til lav pris med dårlig kvalitet er ikke bærekraftig. Det innser nå alle, myndigheter, forbrukere og klesindustrien selv. Hva er så løsningen? Jo, først av alt må vi kjøpe mindre, men bedre kvalitet. Så vil en av de viktige løsningene være å kjøpe brukte klær. Det som allerede er produsert, forleng levetiden og så må det erstatte kjøpe av nytt.

Det som gjør dette spennende for oss er at det ligger enorme muligheter i brukte klær. Det spås en enorm vekst i salg av brukte klær i Norge fremover, og vi merker det allerede på våre salgstell. Hvis vi forholder oss til det økonomiske ved vår drift så ligger det største potensialet fremover for å skape større overskudd i en satsning på klær.

Det gjør vi gjennom å gi klær riktig plassering og volum i butikken, sortere ut de rette klærne og presentere de på en optimalisert måte (jfr. Butikkmanualen - nlmgjenbruk.no/profil/)

Mange ungdommer synes det med brukte klær er spennende, kanskje kjenner man noen som kan ha lyst til å bidra for et godt formål?



Logo? Plakatmal? Annonse?

Vi vil igjen minne om siden nlmgjenbruk.no/profil/

Her ligger det litt av hvert, som f.eks logo for nedlasting, plakatmaler i Word, profilmanual, og ikke minst butikkmanualen. Vi ser titt og ofte at det brukes «gamle» logovarianter eller utgått materiell, både på nett og papir.

Ta gjerne kontakt hvis du trenger hjelp (helst vie epost: aenne@nlmgjenbruk.no) med Aleksander når det gjelder profilering/reklame.

Nytt fra NLM Miljø

Ny pakkeinstruks

Mange av butikkene sorterer varer for eksport til gjenbruk i Sentral- og Øst Europa. Vi har i den forbindelse nå laget en ny pakkeinstruks som er sendt ut på e-post. Kontakt oss om dere ikke har fått den.

Vi er glade for den solide jobben som gjøres i butikkene for å bedre kvaliteten som gjør at varene i dag er høyt etterspurt. Økt kvalitet medfører bedre betingelser, og sikrer at varene blir eksportert for gjenbruk. Tekstiler og andre varer som eksporteres skal være **helt, rent og tørt**.

Det er også stor etterspørsel etter ting og tang. Mange butikker pakker ned gjenstander for eksport i bananesker, og vi ønsker oss enda større mengder. Merk at her er instruksene noe endret da elektronikk utgår på grunn av tollrestriksjoner.

Kunden forventer å betale rett pris for rett kvalitet. Da er oppfølging av rutinene avgjørende. Likevel skal du ikke være redd for å gjøre feil. Når du pakker og sorterer i butikken, **tenk varer som andre kan ha glede av å kjøpe, i stor bredde, da går det bra!** Pakkeinstruksen er ment som en veileder slik at man kan bruke denne for å lære, og om man er i tvil. Alle som pakker varer skal kjenne instruksen.

Når dette er sagt ønsker vi at **butikken skal ha førsteprioritet** for å fylle opp med varer til sin butikk. Det er i deres butikk varen får den største verdien, som vil gi fornøyde kunder.

Forskning viser at hvert plagg som går til gjenbruk øker levetiden med 2,2 år. Det er bra for miljøet og er en god ressursforvaltning for en klode som presses på ressurser. Vi håper alle føler glede og stolthet over å bidra i et så viktig og framtidsrettet arbeid.

Visste du at...

...digital markedsføring på sosiale medier og på Google tilpasses hele tiden for å være mest mulig **kostnadseffektiv**, også i pandemien. Vi har for eksempel stanset annonsering der vi har måtte stenge butikker, og kan annonsere med en gang vi kan åpne igjen. De digitale verktøyene gir oss stor fleksibilitet og vi kan sku av og på akkurat når og hvor vi ønsker.