



Låt dig inspireras
– boka en expert

Välkommen att boka en talare som kan handel. Vi erbjuder talare inom flera olika områden:

- e-handel
- trender
- sociala medier
- betalfrågor
- mångkultur
- tillgänglighet
- ansvarsfullt företagande och miljöfrågor
- import
- CE-märkning
- med mera

Kontakta Svensk Handel Kurs och Kompetens för mer information och priser. Ring 010-47 18 720, eller mejla kurser@svenskhandel.se.

■ Handeln en vinnande spelare – om trender i handeln

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Handeln vässar koncepten på resan mot 2020. Prognosen spår att branschen kommer att öka med 30 procent de närmaste 10 åren. Hur kan detta vara möjligt? Och klarar moder jord en sådan ökning?

Du får ta del av Svensk Handels trendspaning med siktet inställt på den framtida handeln. Hur vinner du nya kunder? Kommer handelsplatsen att förändras – och med det företaget och medarbetarna? Ta del av visionerna och var med i diskussionerna om den framtida handeln.



Magnus Kroon



Lisa Burden

■ Handelsplats Europa

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Handeln blir alltmer global. Butikskoncepten finns i både London, Prag och Paris. Men det finns också skillnader. Vad kan vi lära av andra länders sätt att bemöta kunden, inreda butiker och marknadsföra varor? Hur kryddar vi värskapet och hur hittar vi rätt butikslösningar? Alla vill bli sedda – blir kunderna sedda i din butik?



Magnus Kroon



Lisa Burden

■ Koll på kunden

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Det är livsfaserna – inte åldern som styr konsumtionen. Ena dagen singel andra dagen familjefar. Behoven växlar och bemötandet i butiken ska därför vara nyanserat.

Handeln står inför nya utmaningar. 1970 utgjorde detaljhandeln 47 procent av den privata konsumtionen, såhär 40 år senare är konsumtionen nere i 33 procent. För att inte tappa ytterligare behöver du som handlare bli duktig på att möta kundens behov, våga fråga och ge förslag. Framtidens medarbetare blir ambassadörer, coacher och rådgivare. Du som har koll på kunden kommer att ha rätt tilltal och bli mest framgångsrik. I föredraget får du många exempel på vad olika livsfaser kan innebära för din kundgrupp.



Lisa Burden



Meta Troell

■ Den mångkulturella marknadens möjligheter

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Den mångkulturella marknaden, som består av cirka två miljoner människor i Sverige tillför detaljhandeln minst 130 miljarder årligen. Vinn en helt ny marknad genom att lära dig mer om skyltning och dekoration, vilka varor som efterfrågas och hur du som handlare kan marknadsföra din butiks utbud vid olika helger. Tips och goda exempel presenteras under detta 45 minuter långa föredrag.



Meta Troell



Lisa Burden

■ Mer handel, färre hinder – om tillgänglighet i handeln

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Cirka två miljoner människor har en funktionsnedsättning som gör det svårare att handla i butiker. Lagen säger att butikerna ska ta bort alla enkelt avhjälpta hinder. Du får tips och råd om hur du enkelt kan förbättra tillgängligheten. Sätt på dig hinderglasögonen och se möjligheterna med att välkomna en köpstark och köpsugen konsumentgrupp.



Meta Troell



Lisa Burden

■ Det grå guldet – om den köpstarka 55+ gruppen

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Med rätt bemötande kan du som handlare få en köpstark och trogen konsumentgrupp. Oavsett om du säljer leksaker, inredning eller goda ostar. 50+generationen äger 75 procent av aktierna, 80 procent av köpkraften och har god kunskap om var och vad de vill handla. Du får en bakgrund om det som ibland kallas jätteproppen och fläskberget. Denna konsumentgrupp som sedan ungdomen tagit ut svängarna, lyssnat och bildat opinion. Sätt fram en stol med karm och bjud in dem i din butik!



Lisa Burden



Meta Troell

■ Den lilla ortens handel – utmaningar och möjligheter

Experter Svensk Handels utvecklingsenhet

Liten kan också vara stark. Genom samarbete och kreativa lösningar kan också den lilla ortens handel blomstra. Det är oftast där du hittar de unika butikskoncepten, den personliga servicen och det där lilla extra som gör att du gärna kommer tillbaka. Det är lika långt från periferin till centralorten som tvärtom. Även din ort är värd en resa. Med tips, erfarenheter och inspiration kommer handlarna på din ort att se nya möjligheter till framgång.



Magnus Kroon

■ Betalsystemen i butik, igår – idag – imorgon

Bengt Nilervall, expert bank- och betalfrågor inom Svensk Handel

Betalningar i butik har under senare år genomgått stora förändringar. Med en utveckling mot allt dyrare penningtransporter och krav på höjd säkerhet, har vi sett en vardag i butikerna som gått från analoga till digitala betalningar. Under föreläsningen tittar vi närmare på hur vi ändrat våra betelsätt över tiden och vilka positiva och negativa effekter det har det fört med sig. Vi blickar även framåt, där betalningar via mobiltelefon är en realitet inom en snar framtid.



Bengt Nilervall

■ Internet som arena

Linda Hedström, expert distanshandel och e-handelsfrågor

E-handel är en försäljningskanal som får större betydelse för handelsföretagen. Men även om du inte har försäljning via nätet är internet en utmärkt arena för möten mellan dig och dina kunder. Linda Hedström berättar om de senaste internet och e-handelstrenderna och visar de möjligheter och utmaningar som framtidens e-handelsföretag står inför. Du får också veta mer om hur du på bästa sätt kan dra nytta av nätets alla fördelar för att både utveckla befintliga och hitta nya marknader.



Linda Hedström

■ Sociala medier och affärsnytta för handeln

Hans Tjernström, expert sociala medier

Vi spenderar alltmer tid på nätet samtidigt som handeln blir mer digital. Många företag undrar hur de ska anta utmaningen att möta sina kunder via de sociala medierna. Men vad är egentligen den konkreta nyttan med att engagera sig i de sociala medierna? Och vilka är framgångsfaktorerna för att lyckas? Hans Tjernström, som ansvarar för Svensk Handels arbete i sociala medier, ger en bild av ett medielandskap i snabb förändring, något som påverkar handelsföretagens möjligheter att på olika sätt interagera med sina kunder.



Hans Tjernström

■ Handelsindex

– utmaningar för handeln i din ort och region

Magnus Kroon, Utvecklingschef

Du får en nulägesbild och alternativa scenarier av handeln i den stad/region där du befinner dig. Vi går igenom aktuella trender för handeln som helhet med fokus på vad kunden efterfrågar just nu. Avslutningsvis ger vi vår bild av detaljhandels framtida utmaningar och goda råd på vägen om hur arbetet med att skapa framtidens framgångsrika handelsplats ska fortsätta.



Magnus Kroon

■ Ansvarsfullt företagande

– vem vill vara del av något dåligt?

Ann Christiansson, Svensk Handels CSR-expert

Idag ställer många höga krav på handelsföretag i frågor om etik, miljö och hållbarhet – ett ansvar som sträcker sig allt längre bak i leverantörskedjan. Ny informationsteknologi, som sociala medier, innebär också ett nytt kommunikationsmönster. Idag har intressenter tillgång till information och delar också med sig av den på ett helt annat sätt än förut. Hur kan du som företag möta dessa utmaningar och samtidigt skapa hållbarare affärslösningar?

Svensk Handel är engagerad i frågorna och anser att det lönar sig att vara ett ansvarsfullt företag. Ann Christiansson, Svensk Handels CSR-expert, berättar om hur du som företag kan vara ansvarstagande och arbeta hållbart på ett effektivt och strukturerat sätt.



Ann Christiansson

■ Vill du importera från utlandet men vet inte hur?

Christina af Klint, expert utrikeshandel, import och internationella affärskontakter

Svensk Handel kan lära dig hur du gör. Vi ger dig vägledning från det att produkten lämnar leverantören i utlandet till att den når hyllan i din butik eller webshop. Vi lotsar dig genom djungeln av regler och visar dig på möjligheterna att lyckas som importör. Vi berättar bland annat om varukrav, CE-märkning, produktsäkerhet, CSR, piratkopior, leveransbestämmelser, valutarisker och e-handel. Svensk Handel kan hjälpa alla företag som funderar över möjligheten att börja importera och behöver hjälp med att komma igång.



Christina af Klint

■ Produktmärkning – så blir du säker på vad som gäller för CE-märkning

Stefan Kvarfordt, handelsexpert EU:s inre marknad

Att sälja farliga produkter till konsumenter är badwill för alla företag. Men vilka märkningar måste dina produkter ha för att betraktas som säkra? Vid föreläsningen tittar vi på vad CE-märkning innebär, varför den finns och på vilka produkter den måste förekomma. Många distributörer är idag osäkra på vilket ansvar som vilar på dem som företagare för att garantera att de produkter man säljer är säkra. Svensk Handel berättar om vilken information du som företagare måste ge kunden för att undvika negativ publicitet och godkännas vid myndighetskontroll.



Stefan Kvarfordt