

Willys fördubblar globalt sortiment inför Ramadan

Lagom till Ramadan mer än fördubblar Willys sitt globala sortiment med originalprodukter främst från Balkan, Mellanöstern och Östeuropa. Willys har tagit hjälp av kunder från olika etniska grupper för att välja ut de nya varorna i sortimentet.

– Vi har lagt mycket kraft på själva urvalet av nya varor, förklarar Irene Seideman, kategorichef för det globala sortimentet. Vi har t ex låtit kunder med olika etniska ursprung delta i fokusgrupper för att få reda på deras preferenser när det gäller produkter och märken.

Några exempel på nya varor som nu lanseras är getost och fårost i olika fetthalter bl a av märkena Gazi och Dodoni, vindruvssirap, granatäppelsirap, kvittenmarmelad, vattenmelonkärnor, yufkade, chapatimjöl och frysta pajer med olika fyllningar från Balkan. Totalt utökas det globala sortimentet med ca 200 nya artiklar.

Vid högtider som Ramadan märks en kraftigt ökad efterfrågan av produkter från det globala sortimentet. Inte minst i de Willysbutiker som är belägna i invandratäta områden.

– I min butik märks det verkligen att Ramadan står för dörren, säger Magnus Hansson, butikschef för Willys i Katrinelund, Malmö. Det globala sortimentet har stort exponeringsutrymme på säljtorg och hyllgavlar där kunderna lätt hittar t ex baklava, nötter, dadlar, torkad frukt och andra godsaker som hör till Ramadans storsäljare. Jag är mycket positiv till att det globala sortimentet växer. Här i Malmö har ca hälften av invånarna invandrarbakgrund och i min kundgrupp är andelen ännu större.

Willys började saluföra det globala sortimentet 2003 med fokus på att tillfredsställa de absoluta basbehoven för kunder med invandrarbakgrund. Detta slog mycket väl ut varför sortimentet har utökats successivt till dagens ca 350 artiklar. Det globala sortimentet är en medveten satsning från Willys som har personer med invandrarbakgrund som en av sina prioriterade målgrupper.

– Vi jobbar intensivt för att våra kunder som efterfrågar det globala sortimentet ska hitta det de behöver i våra hyllor. Samtidigt är det viktigt att varorna passar in i vårt lågpriskoncept. En Willyskund ska veta att hon eller han bär hem Sveriges billigaste matkasse, oavsett vilka varor som finns i kassen, säger Patrick Grabenbauer, marknadschef på Willys.

För ytterligare information, kontakta:

Irene Seideman, kategorichef globalt sortiment, 0703-59 93 38

Magnus Hansson, butikschef Willys Katrinelund, Malmö tel 0708-89 28 09

Ingmar Kroon, presschef Axfood, tel 0702-89 89 83

Willys affärsidé är att tillhandahålla Sveriges billigaste matkasse. I verksamheten ingår 107 Willysbutiker, varav tre är franchise. Dessutom ingår 37 Willys hemmabutiker som är kedjans mindre butiker. Årsomsättningen uppgår till drygt 15 miljarder kr vilket gör Willys till marknadsledande i Sverige inom lågpris. Willys ingår i Axfood AB som är noterat på nordiska börsen, Nordic Large Cap. Läs mer på www.willys.se