**

Pressmeddelande 2018-01-23

**Hemmakväll har Sveriges bästa lösgodis  
– nu vill vi bli bäst på kundupplevelse också**

​Om man har mer än 800 000 medlemmar i sin kundklubb så har man ett stort ansvar. Inte minst upplevelse­mässigt.

Nu bjuder Hemmakväll in alla sina medlemmar och kunder till ett hejdundrande kalas – Stora Godiskalaset.

”Det räcker inte med att ”bara” ha Sveriges bästa lösgodis, nu strävar vi efter att ha Sveriges bästa godis-upplevelse också. Just därför tar vi vår kalaskommitté på lika stort allvar som vårt produktutbud och vårt lösgodissortiment", säger Dennis Dahlberg som är ansvarig för ­Hemmakvälls kalaskommitté.

”För oss är det helt naturligt att investera i kundupplevelsen, och nu vill vi fånga upplevelsen med nya metoder för att komplettera de redan befintliga. Vi gör det för våra kunder, men också för att konkurrensen är hård och för att marknaden och tekniken utvecklas i en hastighet vi aldrig sett tidigare", fortsätter Dennis.

En god kundupplevelse inom ett företag säkerställer god lönsamhet, både på kort och lång sikt. Ser man till marknaden i USA så är det tydligt att de mest framgångsrika börsbolagen är de som är bäst på att hantera sina kundupplevelser.

”Vi måste alltid vara relevanta för våra kunder och aldrig göra avkall på upplevelsen. Ett led i vårt kontinuerliga arbete kring helhetsupplevelsen är att bjuda alla våra kunder till Stora Godiskalaset­,­ som vi tror och hoppas kommer bli riktigt festligt”, säger Dennis.

På Stora Godiskalaset kommer Hemmakvälls kunder att få ta del av specialerbjudanden och ­nyheter, delta i en stor tävling där vinsten är en resa till Disneyland Paris, gå på skattjakt i ­butiken, gosa med maskoten ”Supergodishjälten”, äta bjudklubbor och massor av godis eller bara kalasa loss!

**Välkommen till Stora Godiskalaset den 27/1**

****

För ytterligare information:  Dennis Dahlberg, Hemmakväll, 0709-211 277.

Högupplösta bilder: http://www.mynewsdesk.com/se/hemmakvall

**Hemmakväll** **AB** är Sveriges största godisbutikskedja med cirka 70 butiker över hela landet och cirka 700 medarbetare. Hemmakväll marknadsför och säljer lösgodis, konfektyr, snacks, drycker, glass, presentförpackningar samt köp- och hyrfilmsprodukter.

Hemmakväll lanserade våren 2016 ett nytt upplevelsebaserat butikskoncept som enbart fokuserar på ätbart och presentförpackningar.

Sju nya konceptbutiker finns på högtrafiklägen i flertalet gallerior (Väla Centrum i Helsingborg, Kista Galleria och Skärholmen Centrum i Stockholm, Emporia respektive Mobilia i Malmö) samt på gatulägen i städer (Växjö och Örebro). Ytterligare fem lägen är säkrade.