Under förra veckan rullade en ny del i City Gross färskvarukampanj ut i butik. Precis som innan sommaren handlar den om att lyfta den kunskap och erfarenhet som finns på golvet. Den erfarna personalen.
- Vi vill lyfta något mer än bara pris och produkt – vår kompetens, säger Anders Wennerberg, VD City Gross Sverige.

Just nu syns fyra medarbetare på City Gross lite mer än vanligt. Ulf, Sunita, Annika och Fredrik pryder hösten kampanj och har alla gemensamt att de kallas för färskvaruhjältar. Det vill säga experthjälp som finns tillgänglig för alla kunder, ute i butik.

* Vi är lite gammaldags där, med kompetent personal på plats i butik. Att vi har till exempel styckare och bagare på plats som hjälper våra kunder med efterfrågan och information, säger Anders Wennerberg.

Redan i somras valde man att lyfta hjältarna inom köttavdelningen. De som varje dag kan stycka på beställning och ta emot specialbeställningar, både på styckdetaljer som inte säljs vanligt i butik eller om man önskar speciella mängder av något.

* Där är vi unika och det är ett hantverk vi är stolta över, säger Anders Wennerberg.

Även fiskdisken och grönsaksavdelningen bemannas med personal som har stor expertis inom sina områden. Och det var denna unika kundservice som låg till grund för kampanjen.

* Vi kände att det var dags att ta till vara på och visa upp all den kunskap som finns i butik. Det har varit en jätterolig kampanj att arbeta med, att få involvera personer hela vägen ner i butik. Vi har lärt oss om massor om färskvaror och har bland annat varit på studiebesök hos en köttmästare, berättar Karin Bäckman Berg som är projektledare på City Gross InHouse-avdelning.
* Vi alla är väldigt nöjda och har fått mycket fin respons både internt och externt. Det här är ett koncept som vi definitivt kommer att fortsätta med framåt!