

EasyFill rapporterar från EuroShop 19 februari 2020.

Nedan följer en kortare lägesbeskrivning från den pågående branschmässan Euroshop där EasyFill ställer ut bolagets produkter.

Bolaget har de senaste dagarna fått flertalet önskemål från våra aktieägare om en lägesrapport från den pågående mässan och trots att avsikten var att inte skriva någon har vi omvärderat detta och lämnar här en kortare summering.

Jag vill först förklara varför vi hade avsikten att inte skriva någon rapport; En mässa är ett skyltfönster mot marknaden och huvudsyftet är att visa upp innovationer för att generera intresse och knyta relationer med befintliga och nya intressenter. Vi har vid tidigare mässor skrivit blogginlägg och nyhetsbrev och rapporterat om massivt intresse, fantastiska möten och förhoppningar om kommande affärer. Detta har varit sanning i allra högsta grad, men en mässa är en mässa och intresse på ett mässgolv har senare, i flera fall, visat sig inte vara lika hett. För att inte skruva upp förväntningar och förhoppningar onödigt mycket hade vi därför beslutat att inte skriva något från Euroshop som fortfarande pågår när detta skrivs. Nu gör vi det ändå, främst för att det önskas från våra ägare.

Sammanfattningsvis kan man uttrycka det som att jag inte vet vilket superlativ jag ska välja. Därför väljer jag heller inget utan nöjer mig med att konstatera att det är på helt annan nivå nu än någonsin tidigare och vi har ett mycket omfattande, utmanande och spännande arbete att ta tag i när vi kommer hem och det gäller för samtliga delar av företaget; produktion, utveckling, försäljning, marknad och order. Besökarna på Euroshop kommer från alla världens hörn och trots att det i flera fall handlar om länder där arbetskraft är billigt så finns det stort intresse att minska tiden som personal hanterar produkter och istället ägnar sig åt andra saker i butiken, så man vill förkorta påfyllningstider så mycket det är möjligt vilket är precis det våra produkter bland annat gör.

Vi har fått flertalet förfrågningar från producenter av kyldiskar och kommersiella kylskåp som omgående vill komma i gång med leveranser av EasyFill produkter direkt från fabrik, och det är inga små obskyra tillverkare utan de globala jättarna som säger detta. Vi har genomfört möten med VD, fabriks- och produktionschefer så att det som sägs inte skulle ske finner vi som osannolikt och när dessa vid senare tillfällen tar med sig sina kunder till vår monter och själva visar produkterna, som sina egna, ser det väldigt positivt ut.

Det som är mycket tillfredställande är att de butikskedjor som vi visat runt nästan uteslutande ser storheten i produkterna och omgående förstår värdet de medför. Detta är en av nycklarna eftersom det är butikerna som i slutändan sätter press på sina leverantörer.

Bara ett exempel som ligger väldigt nära till hands är en kedja med bensinstationer i södra Europa som fann ColdFront väldigt intressant då de ligger i startgroparna att genomföra en modernisering och effektivisering av sina butiker. De vill omgående få fram pilotinstallationer för vidare utrullning. De har 2000 stationer i sin kedja där de äger och driver samtliga i egen regi.



Att lyfta fram ytterligare samtal/möten är i stort sett meningslöst, men känslan som vi som jobbat i montern har är att det kommer att komma mycket gott ifrån de leads som vi tar med oss från mässan och att det verkliga arbetet ännu inte börjat.

Sollentuna 19 februari 2020

Jens Nisu

Marknadschef EasyFill AB