

Pricer visar hur digitala butikslösningar ökar försäljningen – presenterar insikter på NRF Europe 2026

På NRF Europe i Paris sätter Pricer fokus på den digitala hyllkantslösningen Pricer Avenue™ och data som visar ökad försäljning i butik på upp till 4,8 procent. Pricer medverkar även i en session om hållbar butiksautomatisering.

Under NRF 2026: Retail's Big Show Europe, som äger rum på Paris Expo Porte de Versailles den 15–17 september, visar Pricer hur uppkopplad butiksteknik ger ökad effektivitet och förbättrar köpupplevelsen i butik.

I centrum för Pricers medverkan i monter F-022 står Pricer Avenue™, bolagets modulbaserade plattform för hyllkantskommunikation, utvecklad för att ge ökad synlighet och genomslagskraft i kampanjzoner, hyllgavlar och vid högprofilerade sektioner

Besökarna får ta del av resultat från en färsk studie gjord i två av brittiska East of England Co-ops matbutiker. Undersökningen, som genomfördes av Retail Academics och omfattade 66 produkter, visar att sektioner där Pricer Avenue™ användes ökade försäljningen med i genomsnitt 2,2 procent. Försäljningsökningen uppgick till 3,8 procent när produktbilder användes och nådde 4,8 procent när skärmarna visade varumärkeslogotyper.

Studien pågick i två veckor i kedjans butiker Broke Hall och Heath Road. Resultatet visar också att kunderna hittade hyllor med kampanjprodukter 43 procent snabbare där kampanjerna visades på Pricer Avenue™. 90 procent av kunderna i undersökningen uppgav att de effektfulla Avenue-skärmarna gjorde dem mer intresserade av att köpa produkterna på hyllan.

– Vi är övertygade om att Pricer Avenue kommer att bli en riktig "game changer" för oss, säger Rob Smith, teknikchef på East of England Co-op.

– Med Pricer Avenue kan vi enkelt samordna våra omnichannel-kampanjer tack vare produkternas modulära utformning och möjligheten att utöka innehållsytan. Jag kan lägga till ytterligare informatik som QR-koder, webbadresser och köpuppmaningar, utan att kompromissa med den viktiga information och de lagstadgade uppgifter som måste finnas vid hyllkanten, säger Duncan Jowett, digital marknadschef på East of England Co-op.

Pricer Avenue™ är en batterifri, modulär plattform för hyllkantskommunikation som gör det möjligt för butikerna att skapa attraktiva digitala kampanjtor för specifika varukategorier, kampanjer och varumärkesexponeringar. Med etiketter som enkelt kan fästas och tas loss från skenan, som också används för strömförsörjning, kan skärmarna enkelt sättas ihop för att

skapa större, sammanhängande kampanjtor, "floating canvas", samtidigt som det är lätt att se pris- och produktinformation.

– Resultaten visar tydligt att hyllkanten kan göra betydligt mer än att bara visa korrekt pris. När den används kreativt på de platser i butiken där kundernas uppmärksamhet behöver fångas, hittar kunderna kampanjer snabbare, samtidigt som varumärkeskommunikationen blir starkare och butikerna kan se en mätbart ökad försäljning, säger Magnus Larsson, vd för Pricer.

Ett uppkopplat ekosystem för butiken

Pricer visar även Pricer Plaza, bolagets molnbaserade plattform genom vilken butikerna hanterar sina priser, kampanjer och arbetsuppgifter i butik. Den ger handlarna insikter om verksamheten, oavsett om det gäller en enskild butik eller alla butiker i en internationell kedja. Genom att erbjuda en gemensam plattform för ekosystemet kring elektroniska hyllkantsetiketter ger Pricer Plaza handlarna bättre överblick och kontroll, samtidigt som uppgifter kan utföras snabbare och mer konsekvent i alla butiker.

Pricer visar också upp sina SmartTAG Color-etiketter med klara e-pappersdisplayer i fyra och sex färger. Etiketterna kan uppdateras snabbt, under en sekund, har en batteritid på upp till tio år och blinkande LED-ljus. Butikspersonalen kan använda etiketterna för att hitta rätt hyllplats, fylla på varor snabbare och justera priserna vid kampanjer. De kan också enkelt uppdatera kampanjer och varumärkesbudskap på etiketterna utan att detta påverkar den dagliga butiksdriften.

Seminarium om den mänskliga aspekten av automatisering

Tillsammans med den franska obemannade dagligvarukedjan API deltar Pricer i seminariet "The Human Side of Automation: Tech as a Sustainability Enabler" onsdag 16 september klockan 11.45–12.15 i Exhibitor Big Ideas 2.

Från API medverkar Christophe Sibé, CTO, och Lucie Chaplain, hållbarhetschef, och från Pricer medverkar Vincent Raulin, försäljningschef för Pricer i Frankrike. Moderator är Jonathan Le Borgne, grundare av Je Bosse en Grande Distribution.

Deltagarna från API kommer att berätta om hur de i realtid kan använda sin digitala infrastruktur för alla sina 150 helt automatiserade butiker – butiker som ger boende på franska landsbygden tillgång till basutbud av dagligvaror. Panelen kommer att diskutera hur automatiserad prissättning, fjärrstyrning av butiker och intelligent hyllinfrastruktur kan skapa en ekonomiskt hållbar drift, samtidigt som man slipper pappersbaserade arbetsuppgifter och kundernas förtroende upprätthålls.

Besökare kan träffa Pricers team och ta del av Pricers lösningar i monter F-022 under hela NRF 2026: Retail's Big Show Europe. För att boka ett möte eller mer information, besök www.pricer.com.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Kajsa Blixth, Chief Commercial Officer, 076-140 86 99

Anna Gnyria, Global Marketing Manager, 073-638 63 64

info@pricer.com

Om Pricer

Pricer är en pionjär och partner inom kommunikation och digitalisering av den fysiska butiken i den snabbt föränderliga retail tech-branschen. Vi hjälper ledande detaljhandlare världen över att skapa inspirerande kundupplevelser som förändrar köpbeteenden, ökar försäljningen och effektiviserar butiksdriften. Genom banbrytande innovation levererar vi skalbara, högpresterande och energieffektiva lösningar som smidigt integreras med befintliga system, med användarvänlighet i fokus. Pricer grundades i Sverige 1991, är noterat på Nasdaq Stockholm och har levererat över 380 miljoner elektroniska hyllkantsetiketter till mer än 28 000 butiker i över 80 länder. För mer information, besök www.pricer.com