

Pricer visar hur digitala hyllkantslösningar driver tillväxt för dagligvaruhandeln på Groceryshop 2026

På Groceryshop 2026 i Las Vegas visar Pricer hur digital hyllkantsteknik kan hjälpa dagligvaruhandeln att stärka kampanjer, effektivisera butiksdrift och skapa mer engagerande köppplevelser. Data visar att Pricer Avenue™ kan öka försäljningen i butik med upp till 4,8 procent.

Under Groceryshop 2026, som äger rum på Mandalay Bay i Las Vegas den 22–24 september, visar Pricer hur uppkopplad butiksteknik ökar effektiviteten och förbättrar köpplevelsen i butik.

I centrum för Pricers medverkan i monter 1033 står Pricer Avenue™, bolagets batterifria och modulbaserade plattform för hyllkantskommunikation, utvecklad för att ge ökad synlighet och genomslagskraft i kampanjzoner, hyllgavlar och vid högprofilerade sektioner. Med plattformen kan butikerna skapa attraktiva digitala kampanjtor samtidigt som det är lätt att se pris- och produktinformation.

Nyligen genomfördes en studie 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 Pricer Avenue™ var installerat. 90 procent av kunderna i undersökningen uppgav att de effektfulla Pricer 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™ har en strömförsörjd kommunikationsskena och etiketter som enkelt kan fästas och tas loss, vilket gör att enskilda skärmar kan kombineras till större, sammanhängande kampanjtor, "floating canvas". Handlare kan använda dessa digitala ytor

kring specifika varukategorier, kampanjer och varumärkeszoner för att skapa mer flexibla sätt att kommunicera med kunderna.

– 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 hela butiken

Hyllkanten är en del av ett större uppkopplat ekosystem i butiken. På Groceryshop visar Pricer även Pricer Plaza, bolagets molnbaserade plattform genom vilken butikerna hanterar sina priser, kampanjer, arbetsuppgifter och insikter om verksamheten – oavsett om det gäller en enskild butik eller alla marknader 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 arbetsuppgifter 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, uppdateringar på under en sekund, blinkande LED-ljus och en batteritid på upp till tio år. SmartTAG Color kan guida personalen till rätt hyllplats, underlätta varupåfyllning och prissänkningar samt göra det möjligt att uppdatera kampanjer och varumärkesbudskap utan att det påverkar den dagliga butiksdriften.

Tillsammans visar dessa lösningar hur digital hyllkantsteknik kan stödja både kunder och butikspersonal genom att koppla samman kommunikationen vid hyllan och processerna för butiksdriften.

En interaktiv upplevelse på Groceryshop

I Pricers monter får besökarna insikt i hur digital hyllkantsteknik kan användas för olika delar av dagligvarubutiken. Genom demonstrationer och interaktiva skärmar kan de utforska möjligheterna med Pricer Avenues Floating Canvas, se hur Pricer Plaza kopplar samman prissättning med butiksdrift och hur SmartTAG Color-etiketterna kan underlätta arbetet på butiksgolvet.

Pricers team finns på plats under hela mässan för att diskutera specifika tillämpningar för dagligvaruhandeln, svara på frågor och visa hur lösningarna kan användas i olika butiksmiljöer. 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