

DETAILFORUM

INSPIRATION | NETVÆRK | VIDEN

VIRKSOMHEDSBESØG HOS MATAS
LOGISTIK CENTER DEN 21. MAJ

SÅDAN BRUGER DU AI I DIN
MARKETING SOM RETAILER

HVAD KAN VI LÆRE AF
LOUIS VUITTON?

NEW RETAIL DAY
21. OKTOBER 2026

ORIENTERING | NR. 3 | MAJ 2026



Detail forum

INDHOLD

03

NÅR LOGISTIK BLIVER EN KONKURRENCEFORDEL

04

NEW RETAIL DAY – SAVE THE DATE

05

FORÅRETS VIRKSOMHEDSBESØG

06

SÅDAN BRUGER DU AI I DIN MARKETING SOM RETAILER

07

DET KAN DU LÆRE AF LOUIS VUITTON

NÅR LOGISTIK BLIVER EN KONKURRENCEFORDEL

MATAS LOGISTIK CENTER I LYNGE

Fremtidens retail starter på lageret

Hvordan sikrer en af Danmarks mest kendte retailkæder, at tusindvis af varer hver dag bevæger sig effektivt fra lager til både webshop og butikker?

Detailforum inviterer til et eksklusivt virksomhedsbesøg hos Matas' topmoderne logistikcenter i Lyngø, hvor deltagerne får et unikt indblik i den infrastruktur, der binder e-commerce og fysiske butikker sammen.

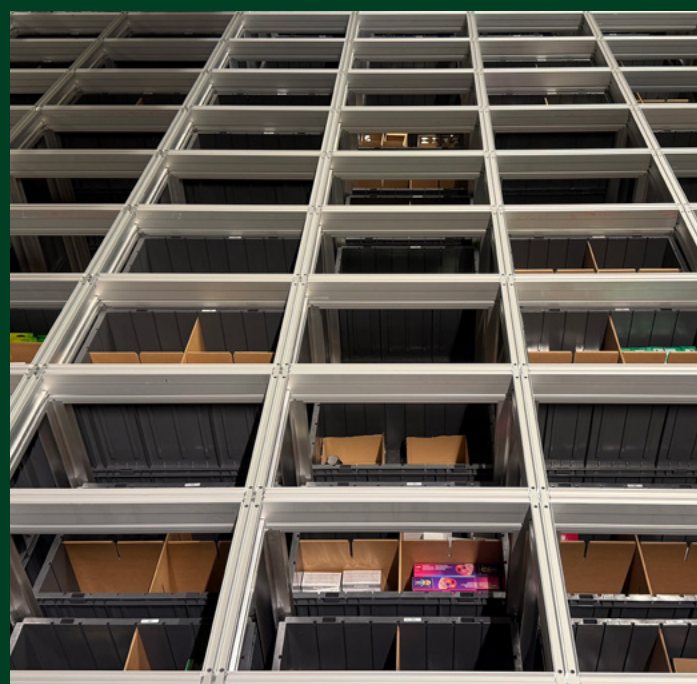
Logistikcenteret er ikke blot et lager – det er et strategisk omdrejningspunkt i Matas' vækst. Med 32.500 m², 235 robotter og avanceret automatisering er centret designet til at sikre høj effektivitet, præcision og skalerbarhed i en branche, hvor hastighed og leveringsikkerhed er afgørende.

Under besøget vil Steen Ravnborg give indblik i de strategiske valg bag centeret, teknologien bag robotterne og hvordan lageroptimering, automatisering og bæredygtige løsninger spiller sammen i praksis.

Samtidig får deltagerne indsigt i, hvordan logistik i dag er blevet en central disciplin i retail – og en afgørende faktor for den samlede kundeoplevelse.

Du får blandt andet indblik i:

- Automatisering og robotteknologi i praksis
- Samspelet mellem onlinehandel og fysiske butikker
- Effektiv lagerstyring og kapacitetsudnyttelse
- Fremtidens supply chain i retail



PROGRAM | 21. MAJ 2026

08.30–08.40 Kaffe, croissanter og velkomst

08.40–09.45 Oplæg og dialog

09.45–10.00 Rundvisning i logistikcenteret

TILMELD DIG HER

*Der er kun plads til 15 deltagere
– tilmelding sker efter
først-til-mølle-princippet.*

NEW
RETAIL
DAY 2026

NO NEW
NORMAL

21. OKTOBER
2026

SAVE
THE
DATE

Retail er i bevægelse – og tempoet er stigende. Nye krav til kundeoplevelser, teknologi og forretningsmodeller betyder, at det ikke længere er nok at justere. Der skal tænkes nyt.

New Retail Day samler branchen til en dag med fokus på, hvordan virksomheder konkret arbejder med at navigere i en virkelighed, hvor kundernes forventninger ændrer sig hurtigt, og hvor konkurrencen bliver stadig skarpere.

Gennem cases, indsigter og perspektiver fra nogle af branchens mest relevante aktører bliver deltagerne klogere på, hvad der faktisk driver udviklingen lige nu – og hvordan det omsættes til handling i praksis.

Det er en dag for dem, der vil forstå, hvor retail er på vej hen, og hvad det kræver at være relevant i markedet fremover.

TILMELD
DIG HER



Detail forum

 Forbrugsforeningen

 SKObranchen.dk

 DANSKE HANDELSBYER

 MERK

FORÅRETS VIRKSOMHEDSBESØG

FÅ ET OVERBLIK OVER FORÅRETS VIRKSOMHEDSBESØG

5. marts kl. 8:30-10:00 | Kaiser Sport & Ortopædi på Østerbro

Få et sjældent indblik bag facaden hos en af Danmarks førende specialistrailere. Oplev, hvordan Kaiser Sport skaber stærke kundeoplevelser gennem faglighed, service og professionel drift. *OBS! Der er venteliste til arrangementet.*

AFVIKLET

9. april kl. 8:30-10:00 | Louis Vuitton i København K

Oplev hvordan et globalt luksusbrand arbejder med moderne retail i Danmark. København K.

AFVIKLET

21. maj kl. 8:30-10:00 | Matas logistik center i Lyngø

Styrk din forretning med inspiration fra, hvordan logistik og teknologi skaber mere effektive processer og en stærkere retaildrift.

TILMELD DIG HER

11. juni kl. 9:30-10:00 | Marketsquare i København K

Lær hvordan AI kan styrke din marketing, og arbejd mere effektivt med content og kampagner i din hverdag som retailer.

TILMELD DIG HER

SÅDAN BENYTTER NOGLE AF DKS MEST VELKENDTE BRANDS AI EN GENNEMGANG AF BEST PRACTICE MED FOKUS PÅ RETAIL



AI fylder mere og mere i retail – men for mange er det stadig uklart, hvordan det bruges i praksis.

Detailforum inviterer til et virksomhedsbesøg hos Marketsquare, hvor fokus er på, hvordan AI konkret kan styrke marketingindsatsen og skabe bedre resultater i en hverdag med stigende krav til både tempo, relevans og output.

På besøget deles erfaringer fra konkrete AI-projekter for blandt andre MENY, IKEA og STARK. Her får deltagerne et indblik i, hvordan retailbrands arbejder med AI til at styrke kundeoplevelsen, effektivisere processer og træffe bedre beslutninger.

Digital direktør Mikkel Wendelboe giver et indblik i, hvordan AI bruges til at skabe bedre kundeoplevelser, træffe hurtigere beslutninger og effektivisere processer i praksis.

Uanset om du allerede arbejder med AI eller er ved at finde dit udgangspunkt, får du konkrete tilgange, der kan omsættes direkte i din egen forretning.

Du får blandt andet indblik i:

- Hvordan retailere bruger AI i deres marketing i dag
- Hvilke værktøjer der kan tages i brug med det samme
- Hvad der virker – og hvad der ikke gør
- Typiske faldgruber og hvordan de undgås

Marketsquare er et full-service reklamebureau, der arbejder med en række stærke retailbrands og udvikler løsninger på tværs af strategi, kreativitet og teknologi.

PROGRAM | 11. JUNI 2026

STORE KONGENSGADE 66, KØBENHAVN K

08.30–08.40 Kaffe, croissanter og velkomst

08.40–09.45 Oplæg og dialog

09.45–10.00 Spørgsmål og diskussion

TILMELD DIG HER

*Begrænset antal pladser
– først-til-mølle-princip*

DET HER KAN DU LÆRE AF LOUIS VUITTON

NÅR KUNDEOPLEVELSEN ER EN STRATEGI – IKKE ET TILFÆLDE

Luksus handler ikke kun om produkter. Det handler om træning, struktur og bevidste valg. Hvis du tror, at verdens stærkeste luksusbrand bare kører af sig selv, så tager du fejl.

Hos Louis Vuitton er kundeoplevelsen ikke noget, der opstår spontant. Den er trænet, planlagt og eksekveret ned til mindste detalje. Medarbejderne arbejder aktivt med at skræddersy oplevelsen til den enkelte kunde, og hver kunde matches med en dedikeret rådgiver.

Besøget i butikken er aldrig tilfældigt. Det er designet.

Køen er ikke et mål – det er et resultat

Den velkendte kø foran butikken ved Storkespringvandet er ikke noget, man jagter. Det er en konsekvens af de valg, Louis Vuitton træffer omkring kundeoplevelsen.

Det starter med ét spørgsmål: Hvilken oplevelse vil vi give kunden?

Når man prioriterer tid, nærvær og personlig service, sætter det en naturlig grænse for, hvor mange kunder der kan være i butikken ad gangen.

Køen er derfor ikke et mål i sig selv. Den er et resultat af, at kundeoplevelsen er prioriteret over volumen.



SÅDAN FÅR DU

ADGANG TIL FLERE LOYALE KUNDER DER KØBER MERE

Mange kunder er godt, mange loyale kunder er bedre. Det ved enhver dedikeret handlende. Ligesom det er en velkendt sandhed, at god service får kunderne til at komme igen. Så langt så godt.

Mund-til-mund anbefalinger fra dine tilfredse kunder, kan lokke deres kolleger og familiemedlemmer til. Men hvad nu, hvis du har større ambitioner, og ønsker dig endnu flere loyale kunder?

Købestærke kunder der lægger mere i kurven

Hos Forbrugsforeningen, Danmarks ældste og største indkøbsfællesskab, handler flere hundrede tusinde tilfredse medlemmer op til 100% oftere og lægger op til 105% mere i indkøbskurven, når de betaler med deres Dankort, Visa eller Mastercard hos foreningens samarbejdspartnere.

Det viser foreningens partnerdata, som også fortæller om en købestærk medlemssammensætning: 70% af medlemmerne er fx kvinder, typisk veluddannede, vellønnede, 34 – 54 årige, som bor i egen bolig, er gift eller samlevende og har børn i husstanden.

Et helt enkelt koncept

Konceptet er helt enkelt: Hver gang et medlem betaler med et af de kort, der er knyttet til medlemskabet, opnår hun automatisk en bonus, som er den procentvise rabat, du aftaler med Forbrugsforeningen, når I indgår partnerskabet. Derudover betaler du selv 1% til foreningen og er så til gengæld synlig for samtlige medlemmer, der kan finde dig i Forbrugsforeningens app og på fbf.dk.

Derudover har du adgang til målrettet markedsføring – i app, i nyhedsbreve, på sociale medier og i magasinet F-bladet, og kan på den måde nå de kundesegmenter, der er særligt relevante for dig og din forretning.

Lyder det som noget for dig?

Hvis du vil vide mere om, hvordan du bliver partner hos Forbrugsforeningen, der fem gange er blevet kåret som Danmarks bedste loyalitetsklub senest, igen af Copenhagen Business School, er du velkommen til at ringe på **33 18 86 20**.

Du kan også skrive til os på salg@forbrugsforeningen.dk eller læse mere på www.forbrugsforeningen.dk/partner