

Släng inte maten!

Re-design av mataffärers hantering av varor med kort utgångsdatum

Interaktionsdesign 2

Ansvarsfull design

Jonas Jönsson

Lydia Wallgren

Innehåll

INTRODUKTION	3
BAKGRUND	3
PROCESS	4
VECKA 1	4
VECKA 2	5
<i>Lösningar för hemsidan</i>	<i>5</i>
<i>Lösningar för mobilapplikationen.....</i>	<i>7</i>
<i>Feedback</i>	<i>7</i>
VECKA 3	8
<i>Omarbetning av applikation</i>	<i>8</i>
<i>Användartest.....</i>	<i>10</i>
<i>Feedback</i>	<i>11</i>
<i>Mejlintervju/formulär.....</i>	<i>11</i>
<i>Studiebesök.....</i>	<i>12</i>
VECKA 4	12
<i>Omarbetning av applikation</i>	<i>12</i>
RESULTAT	13
MOBILAPPLIKATION	13
AFFÄRSSIDAN.....	15
SCENARIO	15
SLUTSATS.....	15
BILAGA 1: MEJLINTERVJU/FRÅGEFORMULÄR	17
BAKGRUND	17
ALLMÄNT.....	17
ERBJUDANDEN	17
KORT DATUM-VAROR	17
HANTERING AV VAROR SOM GÅTT UT.....	17

Introduktion

Idag köper mataffärer, av olika anledningar, in mer mat än vad som säljs, vilket leder till att varor blir dåliga och måste slängas. Dessutom har mataffärerna ofta bristande kontroll av vilka varor som håller på att gå ut, mycket som hade kunnat rabatteras och därför säljas blir istället dåligt.

Problemet med matsvinnet i affärerna är något vi ur miljösynvinkel ser som allvarligt och det är det problemet vi har försökt åtgärda eller åtminstone försökt förbättra. Vi vill uppmuntra mataffärer till att ta vara på maten och lyckas sälja den innan den blir så dålig att den behöver slängas. För att minska svinnet från mataffärerna vill vi, genom mataffärernas mobilapplikationer, rikta oss mot användarna för att uppmärksamma dem om att kort datum-matvaror rabatteras ut till ett förmånligt pris. Fokus i detta arbete har legat på användarna och mataffärens applikationer, samtidigt som vi har haft affärernas process och mathantering i åtanke.

Bakgrund

För att få mer insikt i situationen började vi med att undersöka hur mycket mat som egentligen slängs. Vi fann information om att tusentals ton mat slängs varje år, och detta är bara i Sverige¹. Detta motsvarar ungefär en tredjedel av all mat som produceras i Sverige².

Under vår undersökning av olika möjligheter för att lösa problemet hittade vi en applikation som i funktionalitet var lik den lösning vi hade tänkt oss, men den riktade sig bara mot enskilda matbutiker. Applikationen heter FeedApp och vi fick en del inspiration från denna. Samtidigt fann vi en del brister. I FeedApp fanns inget övergripande system för att hela mataffärskedjor skulle kunna utnyttja applikationen. Något vi kom fram till tidigt i idéstadiet var att för att ett sådant här system ska göra en större nytta behöver en förändring ske högre upp än i enskilda butiker och vi valde på så sätt att utveckla ett liknande tillägg i mataffärernas applikationer. På detta sätt kunde vi tänka mer övergripande och på mataffärerna som kedjor, där vi löser problemet i en större skala. Vi ansåg att en förbättring var tvungen att ske tekniskt, i affärernas mobilapplikationer, men också i mentaliteten hos mataffärskedjorna och hos användarna (konsumenterna).


Den applikation vi valde att rikta oss mot och förbättra var Willys mobilapp. Detta för att den var bekant för oss och att den gav oss en bra grund att arbeta med gällande annonsering av rabatterade matvaror. Genom att förbättra sin applikation skulle Willys kunna sprida information om kort datum-varor och få dem sålda innan de blir dåliga och behöver slängas. Med en förbättring av Willysappen lägger vi fokus på användarna, där vi på sikt vill motivera kunderna till att köpa mer kort datum-varor.


Willysappen är idag främst till för att hitta information om rabatterade varor, som ändras vecka för vecka. Första gången man laddar ner applikationen blir man tillbedd att skriva in sina inloggningsuppgifter för sitt Willyskonto. Efter man har gjort det kan man välja vilken affär man vill ha information om. Nedan till vänster syns förstasidan man kommer till efter inloggning. Där kan

¹ SvD http://www.svd.se/nyheter/inrikes/tusentals-ton-mat-slangs-varje-ar_5043641.svd hämtad 2013-11-22









² DN <http://www.dn.se/nyheter/sverige/matsvinnet-oroar-var-femte-svensk/> hämtad 2013-11-22


man välja mellan olika aktuella erbjudanden hos Willys. Nedan till höger visas hur Willys+erbjudande-sidan ser ut. Där ses veckans erbjudanden och information om vad de kostar och hur mycket man sparar. Det finns även möjlighet att lägga till varorna till sin inköpslista. I övrigt kan man i applikationen exempelvis hitta information om hur mycket man har handlat för och var olika butiker ligger.



Erbjudanden
Översikt



Erbjudanden
Willys+erbjudanden

Erbjudande hos Willys Hemma Stockholm Hagaha...
Erbjudande hos Willys Hemma Stockholm Hagaha...

 	 Fläskfilé färsk Danish Crown Ca 500g Spara 40:00 kr/kg	49⁹⁰ /kg	+
	 Smör- & rapsolja Arla 5dl Spara 20:80 kr	2 för 25⁰⁰	+
	 Soppa Kelda 500ml Spara 15:00 kr	2 för 30⁰⁰	+
	 Glasstårta Yvette 500ml Spara 2:10 kr	7⁹⁰ /st	+
	 Rostbiff Garant Ca 900g Spara 56:00 kr/kg	109⁰⁰ /kg	+
	 Kycklingbröstfilé Eldorado 900g Spara 6:00 kr	39⁹⁰ /st	+


Willys+erbjudanden


Smarta förslag


Generella erbjudanden



Partnererbjudanden

Bild 1 och 2

Process

Vecka 1

Under första veckan utforskades olika områden som vi ville fokusera på, slutligen bestämdes att ett sätt för att minska matsvinnet i matbutiker skulle tas fram och det var detta vi jobbade mot under resten av arbetet.

Vecka 2

Olika sätt att lösa problemet undersöktes och tre olika förslag togs fram och presenterades på kritiksessionen.

Lösningar för hemsidan

Två möjliga lösningar för Willys.se föreslogs, se bilder nedan. I det första förslaget integrerades kort datum-erbjudandena under samma sida som resten av Willys erbjudanden. En egen box för kort datum-erbjudandena placerades högst upp på den sidan, tanken var att boxen skulle kunna expanderas för att visa fler kort datum-erbjudanden. I det andra förslaget placerades kort datum-erbjudandena på en egen sida, där länken till sidan var en del i undermenyn till fliken *Erbjudanden*. Detta gjorde så att alla kort datum-erbjudanden kunde presenteras på sidan samtidigt, ingen expanderbar box behövdes.

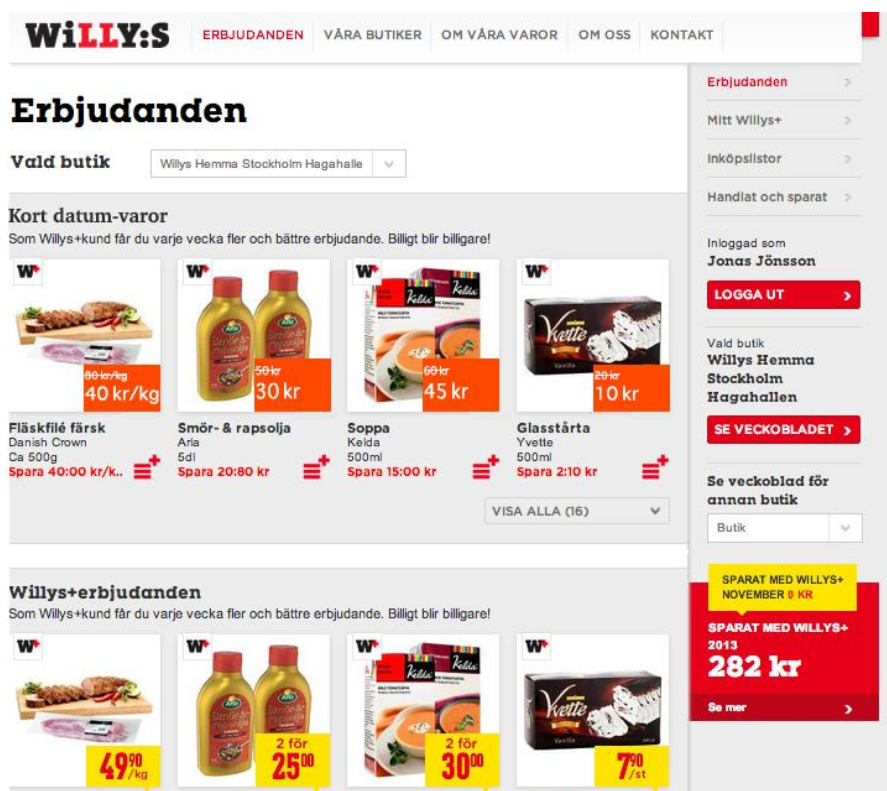


Bild 3

Vald butik

Willys Hemma Stockholm Hagahalle

Kort datum-varor

Som Willys+kund får du varje vecka fler och bättre erbjudande. Billigt blir billigare!



Fläskfilé färsk
Danish Crown
Ca 500g
Spara 40:00 kr/



Smör- & rapsolja
Arla
5dl
Spara 20:80 kr



Soppa
Kelda
500ml
Spára 15:00 kr



Glasstårta
Yvette
500ml
Spara 2:10 kr



Rostbiff
Garant
Ca 900g
Spärra 56



Kycklingbröstfil...
Eldorado
900g
Spara 6:00 kr



Rödspätta
Garant
300g
Spara 10:00 kr



Bladspenat
Garant
450g
Spärra 6:60 kr



Erbjudanden

Kort datum-varor

Mitt Willys+

Inköpslistor

Handlat och sparat

Inloggad som

Jonas Jönsson

LOGGA UT

Vald butik

Willys Hemma
Stockholm
Hagahallen

SE VECKOBLADET >

**Se veckoblad för
annan butik**

Butik

SPARAT MED WILLYS+
NOVEMBER 0 KR

SPARAT MED WILLYS+
2013
282 kr

Se mer

Bild 4

Lösningar för mobilapplikationen

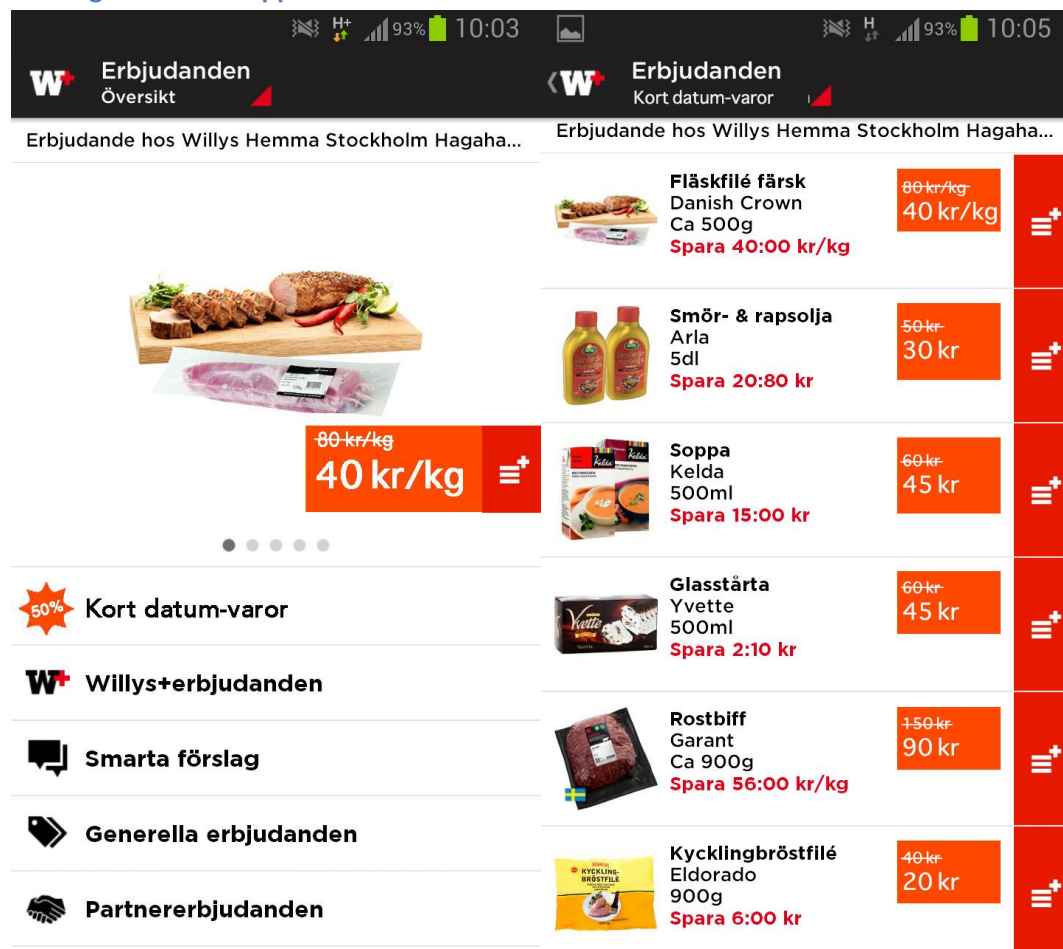


Bild 5 och 6

Appen ändrades på så sätt att en ny länk (*Kort datum-varor*) med tillhörande ikon lades till högst upp i menyn på förstasidan. Tanken var även att de befintliga bilderna i den rullande bildmenyn på förstasidan skulle bestå av kort datum-varor istället för Willys andra erbjudanden som var fallet från början. På så sett lyfts varorna med kort datum fram extra mycket. Prisetiketten på bilderna ändrades också för att bättre särskilja sig ifrån de andra erbjudandena, en rödorange färg användes för att signalera prisnedsättning. Trycker användaren på *Kort datum-varor* kommer hen till en sida som listar alla kort datum-varor (bild 6), även här är prisetiketten ändrad och Kort datum-varor har lagts till som en underrubrik högst upp.

Feedback

Under kritiksessionen insåg vi till att börja med att vi måste bestämma oss för om vi vill rikta vår tjänst mot privatpersoner eller hårbärgen. En kombination av de två skulle göra att det varken blev optimerat för privatpersoner eller hårbärgen. Då vårt syfte främst var att få matsvinnet att minska, och att rikta sig mot privatpersoner ansågs vara bästa lösningen för detta, valdes det som fokus.

Under sessionen framkom att förändringen av appen skulle fungera bäst för syftet. Detta eftersom att det ofta är få varor kvar med kort datum, appen kan användas på väg till och i affären så att kunden direkt ser vilka kort datum-varor som finns i butiken just nu. Om kunden istället hade använt sig av hemsidan för att hitta kort datum-varor så finns risken att varorna skulle hinna ta slut innan kunden kommer till affären. Med fokus på appen finns även möjligheten att appen notifierar kunden om en av dennes "favoritvaror" just nu finns på kort datum-erbjudande (med favoritvaror menas varor som kunden ofta köper på Willys). Eftersom att det ofta är få varor kvar med kort datum borde även antalet varor som är kvar visas i appen.

Ytterligare kritik som framkom var att vi borde skriva upp när varje vara går ut så att kunden direkt får den informationen i appen. För att inte avskräcka kunden från att köpa varor med kort datum borde det även finnas information i appen om hur länge mat egentligen håller, ofta håller den ju mycket längre än efter bäst före-datumet har gått ut.

Slutligen fick vi kritik på att vår applikation skulle kunna medföra extra arbete för personalen i mataffärerna. Det är något som bör undvikas för att applikationen ska fungera till fullo i praktiken och därför borde ett komplement till applikationen vara att automatisera eller förenkla kort datum-märkningen i butik. Applikationen bör även vara kopplad till kassan så att en vara direkt försvinner från appen när den är såld.

Ytterligare kritik som framkom under kritiksessionen, men som av olika skäl inte var relevant för vårt arbete, var (vår kommentar står i kursiv):

- Kan man visa kort datum-märkningarna bredvid de "vanliga" erbjudandena? (kanske för att locka kunder att köpa kort datum istället) - *i sådana fall skulle företagen konkurrera med sig själva vilket de nog inte vill*
- Visa angränsande/relaterade produkter (så man får t.ex. matinspiration) - ej relevant då det är snabb omsättning på kort datum-produkter och man inte kommer sitta hemma och planera middagar utifrån kort datum-varor
- Hur hittar man produkterna i den fysiska butiken? - *detta kollades upp under vecka två.*
- Varje gång man tar en vara med långt datum så får man frågan om man inte kan ta den med kort datum istället. - *det alternativet skulle kunna uppfattas som nedlåtande av kunden*

Vecka 3

Omarbetning av applikation

Applikationen omarbetades utifrån feedbacken från kritiksessionen. En ruta jämte prisetiketten lades till där antal varor kvar presenterades. En möjlighet till att få notifikationer lades också till och ett möjligt utseende på en sådan notifikation skapades (se bild 8 nedan).

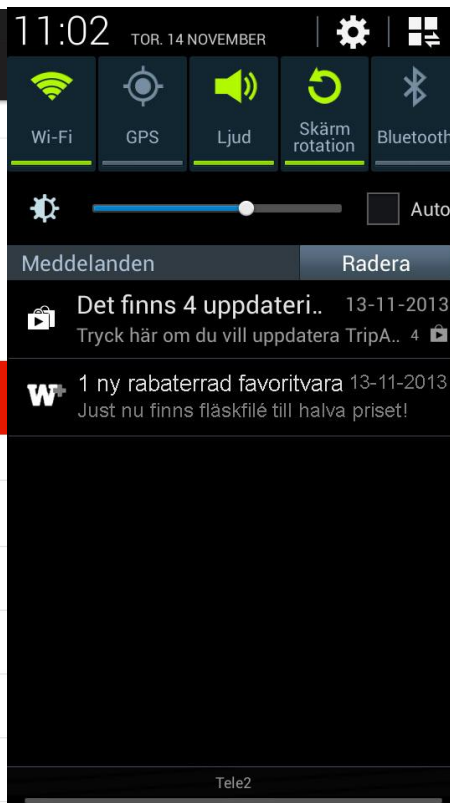


Bild 7 och 8



Hur länge håller egentligen maten? ▾

Hur länge håller egentligen maten? ▴
Bäst före: rekommendation från tillverkaren. Livsmedlet kan hålla sig flera dagar till om det har förvarats rätt. Undantag för känsliga livsmedel som vakuumpförpackad lax.
Sista förbrukningsdag: livsmedlet kan vara otjänligt när datumet passerat. Märkningen används på produkter som snabbt kan försämrats, t ex köttfärs, rå fågel och rå fisk.

Bild 9 och 10

På sidan för kort datum-varor lades också den gula rutan med information om hur många varor som fanns kvar till. Dessutom adderades en inforuta längst ner på sidan som skulle kunna expanderas för att få information om hur länge livsmedel håller utifrån deras märkning.

Användartest

Två användartester gjordes. Under det första användartestet framkom att informationsrutan längst ned på sidan tog upp för mycket plats. Denna informationsruta vore även ointressant för de flesta användare av applikationen och borde därför inte ha en sådan framträdande plats. Utifrån detta beslöts att ta bort informationsrutan och lägga in en knapp längst upp på sidan. När användaren trycker på knappen skulle samma information om kort datum-märkningarna komma fram. Vi kom även på att vi glömt lägga till när varorna gick ut, så detta adderades till appen.

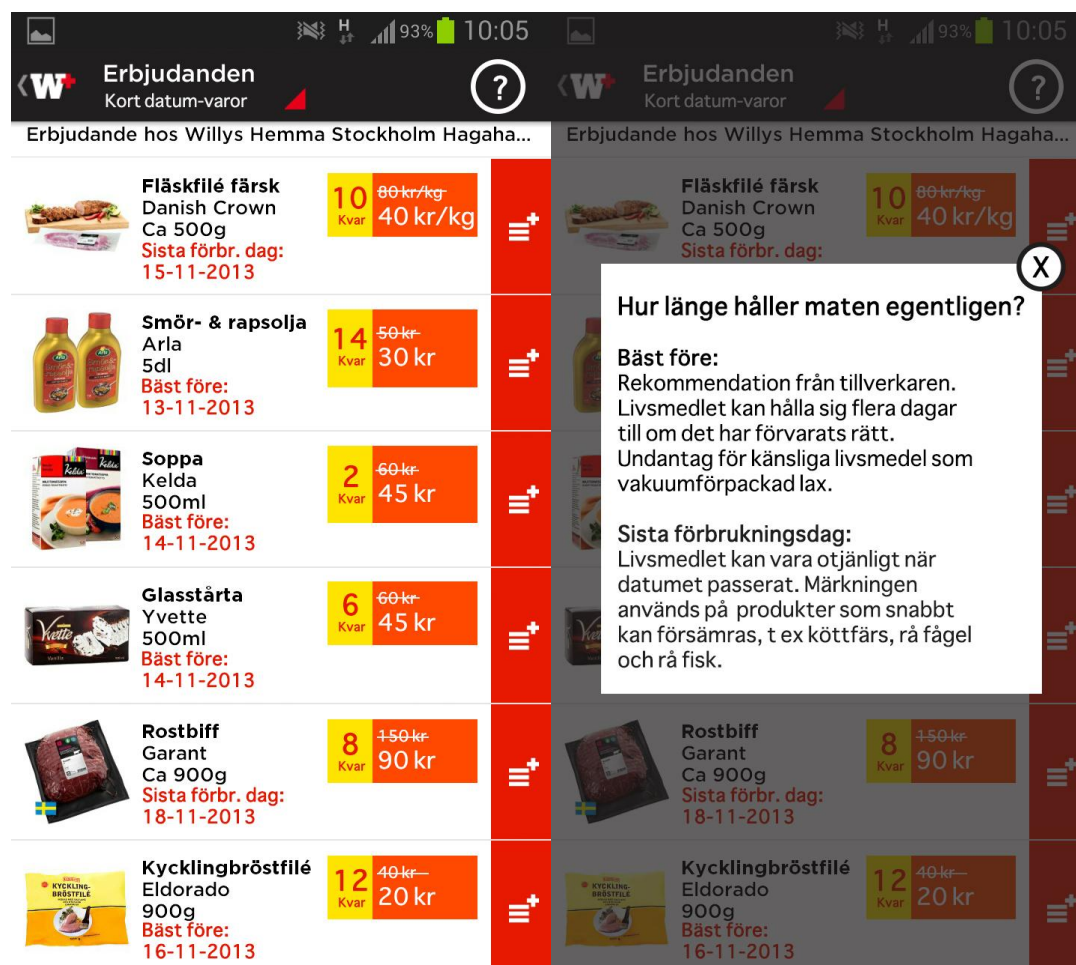


Bild 11 och 12

Under användartest två fick vi kritik på att knappen med frågetecknet var oklar, vad skulle egentligen hända när man trycker där? Vi valde att ta vidare denna kritik till nästkommande kritiksession för att få ytterligare kommentarer på detta.

Feedback

Under kritiksessionen fick vi kommentarer på vår notifikationssida, den ansågs inte vara tillräckligt tydlig och lyfte inte fram varan mot kunden på ett effektivt sett. Vi fick också frågan hur det skulle fungera om två likadana varor, fast med olika bäst före-datum, var med i appen samtidigt. Knappen med frågetecknet ansågs oklar, en möjlig lösning på det vore att låta inforutan vara framme första gången användaren går in på sidan, sedan när användaren trycker på krysset så åker rutan visuellt in i knappen med frågetecknet. På så sätt borde användaren minnas vad den knappen används till.

Ytterligare kritik som framkom under kritiksessionen, men som av olika skäl inte var relevant för vårt arbete, var (vår kommentar står i kursiv):

- Alternativ lösning: Gör en kampanj istället. Ungefär "hittar du något i butiken som går ut om två dagar får du 50 % rabatt" - ansvaret läggs på kunden istället, detta medför även för mycket administrativa problem för affärerna då man ofta inte kan dra av priset på det sättet i kassan
- Alternativ lösning: Re-design på FeedApp istället för att samla alla butiker i en enda app. vissa kanske jagar lågprisvaror och skulle vilja veta vad som är billigt i många olika affärer samtidigt. - hur vanligt är det egentligen att man går till olika affärer för att jaga lågpris? majoriteten handlar ju på en och samma affär av bekvämlighetsskäl så det är nog en mindre målgrupp för den typen av app.
- står och faller med ett beslut från Willys (eller vilken affär man nu riktar sig mot). - detta är något som alltid stämmer när man gör re-design.

Mejlintervju/formulär

En kritik som kom upp under kritiksessionen var att tjänsten skulle kunna medföra ytterligare arbete för personalen i mataffären. För att tjänsten skulle kunna fungera så smidigt som möjligt behövdes ett helhetstänk för både användarsidan och affärssidan. För att komma till botten med vilka problem och möjligheter till förbättringar som fanns på affärssidan började vi med att genomföra en mejlintervju/formulär som skickades ut till tre personer som jobbar eller har jobbat i matbutik (Se bilaga 1). Då det framkom att många (i alla fall de populära) varor som kort datum-märks faktiskt säljs slut, återkom vi med kompletterande frågor till en av de intervjuade:

Kompletterande frågor

- Hur kan det komma sig att kort datum-märkta varor oftast säljs slut men att affärerna ändå måste slänga 10-20 sopsäckar med mat varje vecka?
- Vilka produkter är det som slängs? Är det varor som har kort datum-märkts eller är det varor som har gått ut redan innan affären kunde kort datum-märka dem?

Utifrån detta insåg vi att problemet går djupare än att bara handla om att inte alla kort datum-märkta varor säljs. Bristande rutiner och en ineffektiv hantering av varorna var några orsaker till att varor inte ens kort datum-märktes till att börja med. På grund av detta beslöt vi oss för att genomföra ett studiebesök på en mataffär för att bättre förstå hur hanteringen av varor med kort datum skulle kunna effektiviseras och om tjänsterna i vår appen skulle kunna automatiseras så att appen inte medförde extra arbete för personalen i mataffärerna.

Studiebesök

Under studiebesöket framkom att mataffären förlorade stora summor pengar på den mat som slängs. Det rör sig inte bara om utebliven inkomst eftersom att varorna inte säljs utan slängs istället, det rörde sig även om själva kostnaden för sophämtningen. Dessutom sker hanteringen av varor med kort datum fullkomligt manuellt. Det finns inget system som påminner personalen om vilka varor som håller på att gå ut, utan personalen måste själva gå igenom alla varor för att hitta de med kort datum. I det pressade arbetsschemat hinns inte detta alltid med, vilket leder till att sådant som hade kunnat kort datum-märkas istället upptäcks när det redan har gått ut och måste slängas direkt. Drömscenariot, enligt vår kontaktperson på mataffären, vore att kunna se hur många varor som har kort datum samt när de går ut.

Varor med kort datum scannas ut ur systemet, på samma sätt som om de skulle slängas. Sedan fästs en streckkod för kort datum-varor på dem, denna innehåller inte lika mycket information som den vanliga streckkoden utan är mer generell (se bild 13).

Hanteringen av nya varor sker enligt följande. En beställning görs på hur många exemplar av en viss vara som önskas och på så sett kommer varan in i affärens system. Varan levereras med en följesedel och alla varor av samma sort i en leverans har samma utgångsdatum. Mjölk och liknande levereras varje dag, andra varor (chark, ost, juice) levereras 2-3 dagar/vecka.

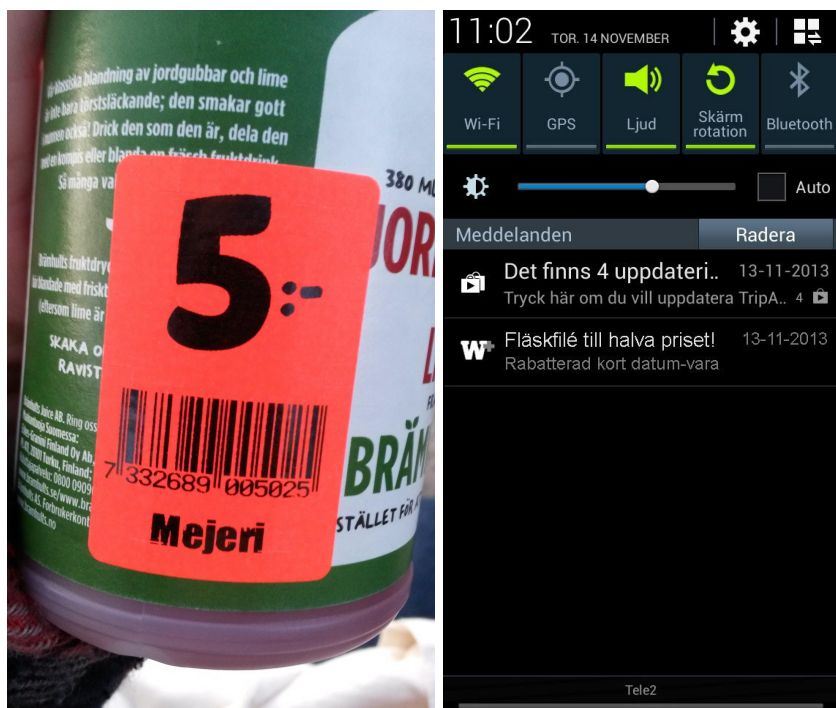


Bild 13 och 14

Vecka 4

Omarbetning av applikation

Utifrån feedbacken från kritiksessionen ändrades notifikationsmeddelandet så att det på ett tydligare sätt lyfter fram vilken vara som är på kort datum-erbjudande (se bild 14 ovan). Det

beslutades att informationsrutan om olika kort datum-märkningar bara skulle dyka upp första gången användaren öppnade den sidan i appen. När användaren sedan tryckte på kryssset så skulle rutan visuellt "sugas in i" rutan med frågetecknet. På så sett bör användaren minnas vad som händer när hen trycker på frågetecknet. Det beslöts även att om flera likadana varor, fast med olika utgångsdatum, är på kort datum-erbjudande, så skulle dessa vara visas som egna poster i listan. På så sett görs det så tydligt som möjligt för kunden och kunden får även en möjlighet att planera sina inköp utefter när varorna går ut.

Resultat

Mobilapplikation

Omarbetningen av Willys app ämnar uppmärksamma mataffärskunder på varor med kort hållbarhet. Tanken är att kunden kommer använda sig av vår tjänst i eller på väg till mataffären och inte som ett verktyg för att långt tidigare bestämma vad denne ska köpa. När en vara som användaren ofta köper är på kort datum-erbjudande kommer en notifikation skickas till användarens mobil (se bild 15). Trycker användaren på notifikationen så kommer hen till appens förstasida (se bild 16). På förstasidan visas den notifierade varan i bildmenyn högst upp, där står hur många av denna vara som är kvar på kort datum, det gamla priset och det nya priset. Högst upp i menyn finns en länk till sidan för alla kort datum-varor. Första gången användaren går in på sidan för alla kort datum-varor möts hen av vyn i bild 17. När användaren trycker på kryssset eller utanför inforutan så "sugs" inforutan visuellt in i den runda knappen med ett frågetecken. Bild 18 är vyn som möter användaren på sidan med kort datum-varor efter första användningstillfället, en lista med bilder på alla kort datum-varor. Här presenteras hur många exemplar av varan som är kvar, det gamla och det nya priset, samt när varan går ut.

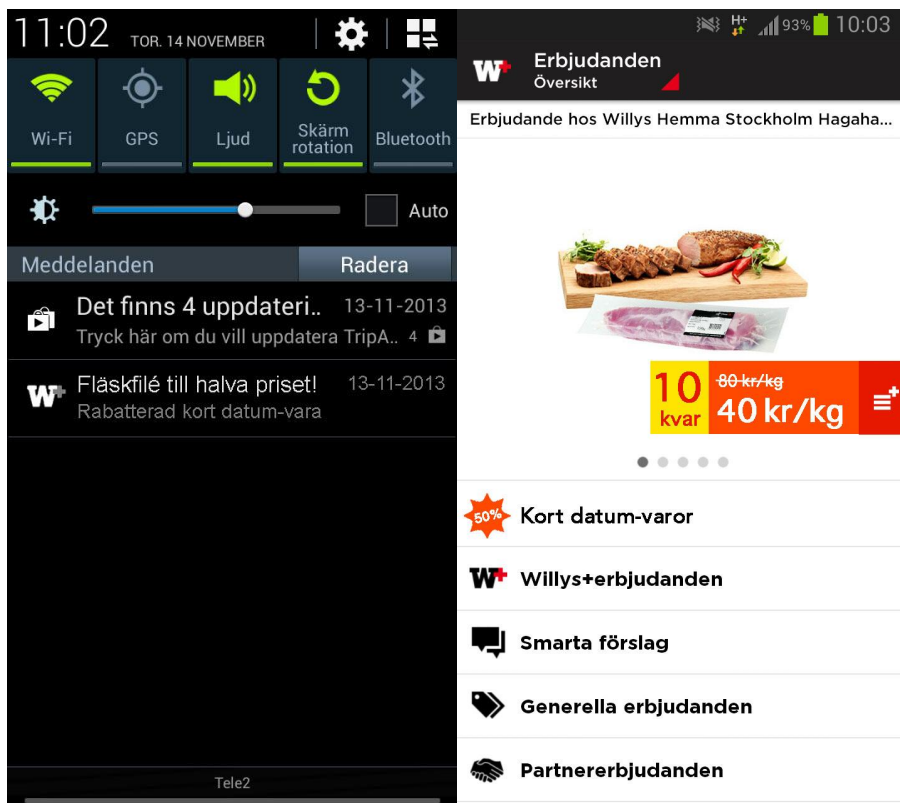


Bild 15 och 16

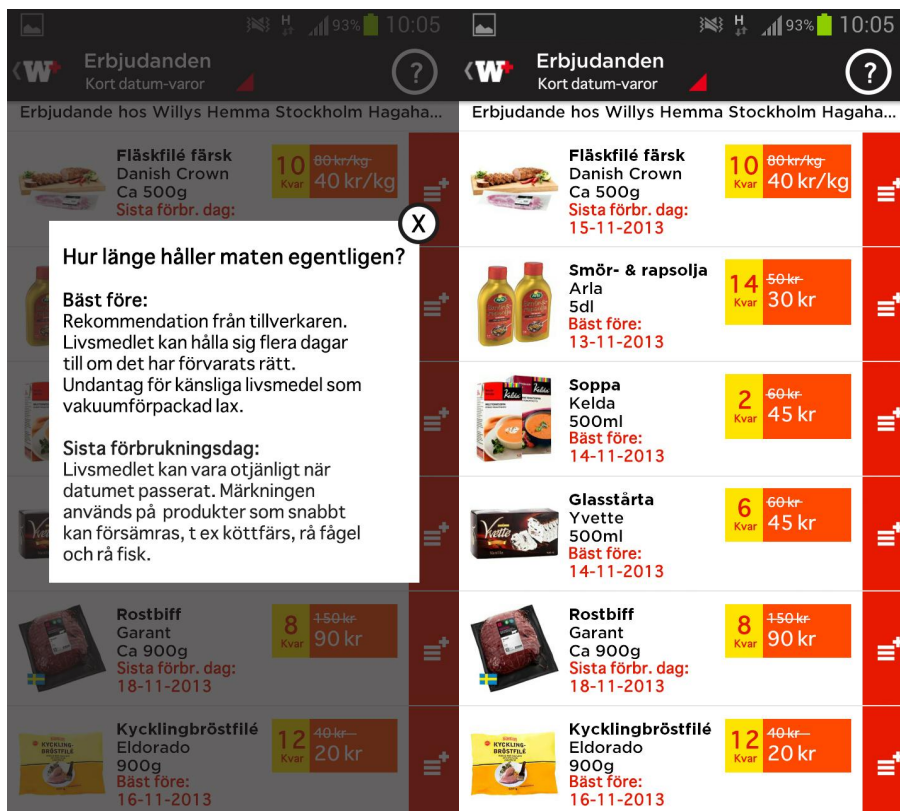


Bild 17 och 18

Affärssidan

För att omarbetningen av appen ska fungera så smidigt som möjligt och inte leda till mer jobb för personalen i mataffären så krävs en helhetslösning där även affärssidan är inkluderad. Dessutom behöver mataffärerna en bättre hantering av varor med kort datum så att dessa varor faktiskt läggs till i appen och inte, som ibland är fallet i dagsläget, att personalen missar att kort datum-märka varorna innan de har gått ut.

Under studiebesöket kom det fram att vid en ny leverans så har alla varor av samma sort samma utgångsdatum. Vårt förslag är därför att utgångsdatumet ska finnas med på den följesedel som medföljer nya leveranser. Butikspersonalen skulle då enkelt kunna scanna in följesedeln i butikens system och på så sett få in utgångsdatumet i systemet. När utgångsdatumet sedan börjar närma sig för en viss vara kommer systemet påminna personalen om att kolla igenom just de varorna för att se om några har kort datum. På så sett behöver inte personalen gå igenom alla varor varje dag, som för tillfället är fallet, och det medför en minskad arbetsbelastning för personalen.

När personalen har hittat en vara med kort datum i butiken så scannas den inte ut ur butikens system som idag är fallet. Istället scannar personalen varan som vanligt och markerar att det rör sig om en kort datum märkt vara. Varan blir då "flaggad" som kort datum-märkt i systemet och automatiskt tillagd i appen. Dessutom skrivs en ny streckkod ut för varan, där både den vanliga informationen om produkten är med, men också vilket utgångsdatum den har. På så sett får butikens system information om att en kort datum-märkt vara har sålts då streckkoden scannas in i kassan och appen uppdateras då automatiskt.

Scenario

Kristina är en småbarnsförälder. I och med att hon har tre barn så är hon ofta ute och handlar mat till familjen. Tidigare läste hon nyhetsutskicken med rabatter som den lokala mataffären skickade ut, men på senare tid har hon börjat använda mataffärens mobilapplikation för att få samma information. I applikationen finns även information om kort datum-varor, som är mycket billigare än ordinarie pris. För Kristina är det inga problem att köpa varor med kort datum då hon ofta lagar den mat hon köper inom de närmaste dagarna.

På väg hem från jobbet en kväll får Kristina en notifikation från Willys app. Det står att fläskfilé finns som kort datum-vara och har nedsatt pris. Kristina tycker det låter intressant och börjar planera lite middagsidéer. Inne i appen ser hon att juice också finns som kort datum-rabatt. Hon ser att det finns över 10 exemplar av båda varorna och lägger till dem i sin inköpslista. När hon kommer till affären letar hon upp fläskfilén och juicen och handlar resterande varor hon ska ha och beger sig sedan till kassan. Kassörskan scannar ut varorna och applikationen uppdateras på så sätt att antalet exemplar för fläskfilén och juicen minskar med ett vardera.

Slutsats

Vi hoppas att vår lösning ska kunna bidra till ett minskat matsvinn i mataffärer. Vi inser att detta inte löser hela problemet, då det är väldigt komplext, men tror att detta kan vara en del av lösning.

Det slutgiltiga målet är att undvika onödig miljöpåverkan för matindustrin och i förlängningen skapa ett mer hållbart samhälle.

Bilaga 1: mejlintervju/frågeformulär

Bakgrund

Vilken matbutik jobbar du eller har du jobbat i?

Om du inte längre jobbar kvar, när jobbade du senast i matbutik?

Var ligger den?

Allmänt

Hur hanterar ni nya varor i butiken. Har ni något digitalt system som håller koll på antalet varor och hur många som är kvar/har sålts.

Erbjudanden

Hur sprider ni information om pågående erbjudanden?

Använder ni reklamblad eller görs det digitalt?

Får varorna en speciell placering i butiken?

Kort datum-varor

Hur sprider ni information om kort datum-varor?

Använder ni reklamblad, görs det digitalt eller på annat sätt?

Får varorna en speciell placering i butiken?

Hur går det till när ni kort datum-märker varor idag?

Brukar ni sälja slut på kort datum-märkta varor?

Är det mycket av samma typ av varor som kort datum-märks? Är det bara något enstaka exemplar av varje vara eller hela partier? (exempel: är det oftast ett paket köttfärs eller 10 stycken?)

Vilka typer av varor brukar kort datum-märkas? (t.ex. frukt och grönt, kött, burkmat?)

Hantering av varor som gått ut

Hur ofta händer det att varor behöver göras av med, där bäst före-datumet gått ut?

Vad gör ni med dessa varor?

Hur mycket slängs?