



Opplevelsen i sentrum

Når FotoVideo lanserer sitt nye opplevelsessenter i Oslo, er ingen ting overlatt til tilfældighetene. Derfor har også sikkerhetsleverandør Niscayah vært med hele veien.

ET UNIKT SIKKERHETSKONSEPT

Opplevelsessenteret i Møllergata er blitt unikt i Europa. Her kan den foto- og videointeresserte prøve alle tenkelige godbiter uten å måtte vente på assistanse. Nesten 600 produkter er lagt fram i butikken og kan testes direkte. I tillegg er det 40 berøringsskjermer hvor kundene kan hente opp informasjon om kameraer og andre produkter. Løfter du opp et kamera, popper det opp informasjon på skjermen ved siden av. Vil du sammenligne bildekvaliteten på to forskjellige videokameraer, er det bare å filme i vei med begge samtidig. Muligheten til å leke seg fram til en avgjørelse er definitivt til stede.

Både profesjonelle og amatører kan dermed glede seg over en ny butikk hvor opplevelsen og tilgjengeligheten virkelig er satt i sentrum. Her finner du alt hva hjertet begjærer – fra fotomuligheter i akvarium og terrariet, via mørkerom

for testing av blitz, til kurscenter og service- og reparasjonsavdeling. For ikke å snakke om engasjerte ansatte.

– Terrariet er i samarbeid med Oslo reptilpark. Det skal huse krypdyr som er i karantene og blir en fantastisk mulighet til å teste ut makrofotografering, smiler Bjørge Bråthen hos FotoVideo.

SIKKERHET I BUNN

Da FotoVideo tok kontakt med Niscayah for å diskutere visjonene de hadde for opplevelsessenteret, så account manager Lars Morten Olsen mulighetene til å drive virkelig nybrottsarbeid. Her kunne sikkerhetsleverandøren komme inn på et så tidlig tidspunkt at de var med på å utvikle løsningene sammen med kunden.

– Vanligvis kommer sikkerheten inn etter at kunden har utarbeidet butikk-konseptet, her var det omvendt, forklarer Lars Morten Olsen.

– Det er klart at denne typen opplevelsessenter stiller strenge krav til sikkerheten. Dette er lett omsettelige varer, og utfordringen har hele tiden vært å gjøre det sikkert for oss, samtidig som at det ikke skal gå ut over kundens opplevelse i senteret.

Bjørge Bråthen, FotoVideo

Fakta FotoVideos opplevelsessenter

- 2200 m2 over to etasjer
- Touch & try tilgjengelig på 600 produkter
- 40 berøringsskjermer med informasjon
- Kurs- og printsenter
- Apple produkter og high-end mobiltelefoner
- Mørkerom for test av blitz
- Terrarium og akvarium for makrofotografering



EN VISJON BLIR VIRKELIGHET

For tross i at FotoVideo hadde kikket nøye rundt i markedet, hadde de ikke funnet noe som var helt sammenlignbart med de visjonene de hadde.

– Det er klart at denne typen opplevelsessenter stiller strenge krav til sikkerheten. Dette er lett omsettelige varer. Utfordringen har hele tiden vært å gjøre det sikkert for oss, samtidig som at det ikke skal gå ut over kundens opplevelse i senteret, forklarer Bjørge Bråthen hos FotoVideo.

De to partene ble fort enige om at vare- og produksikringen måtte integreres optimalt i innredningen. Niscayah bragte inn sin samarbeidspartner, nederlandske Duonell, som har spesialisert seg på å utvikle denne typen butikkinne- redning.

– Vi reiste sammen til Nederland og satte oss ned for å diskutere visjonene, forteller Bjørge Bråthen.

Det ble starten på en intens arbeidsperiode hvor FotoVideo, Niscayah og Duonell diskuterte skisser, ideer og løsningsforslag. I disse dager kan kunden glede seg over innsatsen fra de tre aktørene.

DET DU IKKE SER

Vanlige kunder tenker nok ikke så mye over utfordringene med å drive en slik butikk, men for eier og sikkerhetsansvarlig er det en stor utfordring.

– Vi skulle sikre over 600 produkter i butikken. 300 av disse måtte spesial-

tilpasses slik at de lades samtidig. Men informasjonen som går gjennom kabelen er ikke bare alarm, det går også informasjon til datamaskinene som styrer monitoren. Tar du opp ett produkt fra bordet, kommer informasjonen opp på monitoren, forklarer account manager Lars Morten Olsen hos Niscayah.

GIR GODE BUTIKKDATA

Og selvsagt kan det hentes ut mye nyttig statistikk fra dette. Hver gang noen løfter og prøver et produkt, blir det loggført. Det gir FotoVideo full oversikt over hva som er populære produkter, og de kan innrette butikken sin deretter.

I tillegg til alarmsikringen av varene som ligger framme, er det lagt stor vekt på skallsikring. Skulle noen likevel klare å slå seg gjennom, blir de møtt av strobelys, infernosirener og tåkemaskiner. Selv ikke med gassmaske og hørselsvern blir det mulig å orientere seg i lokalene eller lageret.

– Vi kikket rundt i markedet etter andre sikkerhetsleverandører, men i realiteten var det ingen andre enn Niscayah som kunne levere denne typen høyteknologi, forteller gründer og primus motor i FotoVideo, Roar Sandvig.

I tillegg til skallsikring og produksikring, er det selvsagt varesikringsportaler og kontinuerlig kameraovervåking. Alt fjernstyres over IP fra Niscayahs tekniske kundesenter.

–Varesikringsportalene logger også

kundeflyten i lokalet. Dermed er det utrolig hva vi kan trekke ut av bevegelsesmønster og statistikk. Alt dette kan så FotoVideo bruke til å bygge det optimale opplevelsessenteret for kundene sine, forteller Lars Morten Olsen.

GLEDER SEG

FotoVideo har alltid sikret seg optimalt. De har benyttet samme forsikringsagent i alle år og har hatt stor fokus på å selv stille strengere krav enn de strengt tatt må. Det har betalt seg økonomisk, og dermed kan de konsentrere seg om forretningsutvikling.

– Vi ønsker å skille oss ut i markedet. Det tror jeg vi trygt kan si at vi har fått til med dette senteret, avslutter Roar Sandvig.

Fakta Niscayah sikkerhetsløsning

- Vært med i utviklingen av opplevelsessenteret
- Touch & try med alarm på 600 produkter, hvorav 300 spesialtilpasset
- 13 varesikringsportaler som fjernstyres via kundesenter slik at oppetiden maksimaliseres
- Alle komponenter i løsningen samarbeider om å levere data som kan brukes til butikkstyring
- Skallsikring med seks tåkemaskiner, fire infernosirener og fire strobelys
- Lokalet er dobbeltdetektert og overvåkes døgnet rundt
- Om lag 30 kameraer med forbindelse over IP til servicesenter