

PRESENT

FÖRENING

PRESENTGROSSISTERNAS
FÖRETAGARE-FÖRENING

VD:N HAR ORDET:

NR 4 JUNI 2018

Majsol och ny energi

“Det går inte leva på kakor och kaffe under mässans alla dagar men ni är som vanligt hjärtligt välkomna att hämta fika i vår monter.”

Efter majs många soltimmar känner många av oss att energin är ordentligt påfylld. Vi får hoppas på en sommar likt den -94, högttryck över Sverige, fotbollsfeber och VM-brons i USA.

I det här numret har vi bland annat lagt fokus på hur ni förbereder personal och kunder inför mässorna. Det är ett gemensamt ansvar att dra folk till mässorna, och alla måste anstränga sig. Att vara väl förberedd gör allt mycket roligare, dessutom. Sedan blir resultatet garanterat bättre om ni inte håller andan under fyra dagar.

Hur förbereder ni teamet som ska

vara i montern? Det är viktigt att Kalle från lagret som får haka på som säljare är väl förberedd på vad jobbet innebär. Vad har ni för förväntningar på honom? Men framförallt, hur ger ni honom de bästa förutsättningarna för att göra bra ifrån sig? Det är väl investerat att avsätta en dag innan mässan där ni går igenom alla detaljer kring nya produkter, säljmål och hur ni vill att personalen ska agera. Alla måste känna sig trygga.

PUFF:s styrelse är mycket nöjda över sitt beslut att låta er, våra medlemmar, få möjlighet till utbildningsdagar genom våra event. Vi samarbetar just nu med ColourHouse, som hjälper oss att ta fram bra innehåll och rätt föreläsare för just era intressen. Under hösten ger vi t ex möjlighet att lyssna på trendana-

lyser inom interiör och heminredning som sträcker sig 2 år framåt. Ni kommer även kunna få en djupdykning inom digital marknadsföring med fokus på Instagram.

Vi räknar med att köra dessa event i Malmö, Göteborg och Stockholm någon gång i november, som en liten turné. Självklart hoppas vi att så många som möjligt tar chansen att delta.

Och kom ihåg; Det går inte att leva på kakor och kaffe under mässans alla dagar, men ni är som vanligt hjärtligt välkomna att hämta fika i vår monter.

GÖRAN BRANDT
VD PUFF AB
E-post: info@puff.se



OM PUFF:

PUFF – Presentgrossisternas Förening riktar sig till svenska grossister, distributörer och tillverkare inom produktområdena present-, interiör-, heminredning, kök och det dukade bordet, konstblommor och krukor, barn och leksaker, godis och delikatesser och designbranschen. Våra medlemmar säljer i huvudsak till butiker och återförsäljare. Föreningen bildades 1989 och har stadigt växt till sin nuvarande storlek med drygt 950 medlemmar. Som en betydande part i branschen har vi lyckats påverka

vår gemensamma omgivning till medlemmarnas fördel. PUFF är en branschorganisation som med stor enighet uppnår tyngd, styrka och status. I slutet av 1993 bildade PUFF ett av föreningen helägt aktiebolag, PUFF AB, som är det rörelsedrivande bolaget.

MEDLEMSFÖRMÅNER FÖR DITT FÖRETAG

Du har tillgång till allt ta obegränsat antal kreditupplysningar på svenska kunder och ett begränsat antal upplysningar per år på kunder

i Norge, Danmark samt Finland, och kan kontrollera dina befintliga och nya kunder direkt på nätet. Du har tillgång till flera avtal som gör din vardag lättare och billigare till exempel inrikes- och utrikestransportavtal för paket- och pallsändningar, kurirtransporter av paket samt containertransporter. Om du ställer ut på Formex-mässan har vi skapat ett avtal med mässan som ger dig som PUFF-medlem fördelar och besparingar. I medlemskapet ingår även en tjänstereförsäkring som inkluderar medlemsföretagets samt-

liga anställda då de reser i företagets uppdrag. Försäkringen gäller i hela världen utom i krigsområden.

PUFFS HEMSIDA

Dessutom finns puff.se, där vi arbetar aktivt med att exponera alla medlemsföretag. Butiker kan under rubriken Medlemsföretag göra produktsökning och får då information om vilka medlemmar som har produkten de söker med i sin beskrivning.



PUFF AB
Box 127
235 22 Vellinge

Telefon:
040-47 55 05

Mobil:
0705-57 55 05 (Göran Brandt)

Organisationsnummer:
556477-1334

E-post:
info@puff.se

Redaktion:
Redaktör: Madeleine Haraldsson
Skribent: Emma Andersson,

Håkan Wirén
Layout: Anders Bergh
Omslag: Welcom i Göteborg AB

Produktion:
FlowerDeluxe, Halmstad

Upplaga:
1300 ex.

Tryckeri:
DanagårdLitho

Tidningen PUFF distribueras till alla medlemmar i Presentutställarnas företagarförening minst en gång per år.

Är vd:n verkligen en vd?

Många företag har under den senaste tiden sett så kallade "vd-mail".

Bedragare skickar ut e-post, som ser ut att komma från verkställande direktören, till den som hanterar företagets utbetalningar. "Vd:n" ber vederbörande att överföra pengar i euro eller dollar till ett visst konto, och det är bråttom!

Den teknik som används kallas "spoofing" och innebär inte att verkställande direktörens mail har hackats. Bedragaren har bara maskerat sin adress så att mailet ser ut att komma från en annan avsändare. Saknas rutiner för säkra utbetalningar är det lätt hänt att pengarna går iväg till bedragaren.

SYNA EN BLUFF

Ett enkelt sätt att syna en eventuell bluff är att använda mailens "svara-funktion", då syns den verkliga adressen som mailat. Men se upp, adressen som används kan vara mycket lik den riktiga, så när som på någon utbytt bokstav.

SUND MISSTÄNSAMHET

Överlag gäller det att ha vanlig sund misstänksamhet. Är texten formulerad som vd:n brukar skriva? Har en liknande situation hänt tidigare? Stämmer det överens med företagets rutiner?

Om det trots allt skulle hända att ni överför pengar, så gäller det att kontakta banken så fort som

möjligt. Det finns ofta möjlighet att stoppa en transaktion om en är snabb. Självklart ska ni även göra en polisanmälan.

SE TILL ATT INFÖRA ENKLA RUTINER SOM FÖRHINDRAR BEDRÄGERIER:

- Informera alla berörda medarbetare om bedragarnas metoder
- Ett fullgott underlag för utbetalning ska visas innan den genomförs
- En person ska inte kunna både godkänna underlag och göra utbetalningar
- Inför en attestrutin där en person skapar betalningen och en annan ansvarig godkänner den

PUFF

VÅRA AVTAL

I den här spalten på några sidor framåt hittar ni en kort sammanfattning av alla PUFF:s avtal med olika leverantörer. På vår hemsida finns ett medlemslogin för att ni som medlemmar enkelt skall hitta information om våra avtal. Här redovisar vi komplett och uppdaterat material om varje avtal. Här finns i de flesta fall prislister, informationsmaterial kontaktuppgifter och kontaktformulär för till exempel en ansökan om kundnummer. Gå till puff.se, logga in genom att klicka på MEDLEMSLOGIN uppe till höger, klicka sedan på AVTALSPARTNER och sedan på företaget vi har avtal med. Saknar ni användaruppgifter klickar ni på GLÖMT LÖSENORD och skriver in e-postadressen som våra nyhetsbrev skickas till och klickar på SKICKA så får ni omgående användaruppgifter per e-post. Om något är oklart eller ni vill ha råd om vilket som passar er bäst är ni alltid välkomna att ringa till PUFF.

TRANSPORTER

DHL består idag av tre affärsområden som beskrivs nedan, de arbetar helt skilt från varandra. Vi har avtal med alla tre kategorierna.

DHL Freight

Lastbilstransporter av gods inrikes och utrikes inom Europa. Inrikes till företag: paket, pallgods samt stycke- och partigods. Inrikes till privatpersoner: paket som levereras till utlämningsställen och stora hemleveranser till privatpersoner. Utrikes till företag finns både paket och pallgods per lastbil. Utrikes till privatpersoner finns paketleveranser till vissa länder i Europa via lastbil. VIP-kundtjänst för PUFFmedlemmar 0771-18 18 13.

DHL Global Forwarding

Containertransporter. Hela container FCL eller styckegods i samlastningscontainer LCL. Flygfrakter som blir för stora för kurirtransport (över cirka 100 kilo).

DHL Express

Paketsändningar med lastbil inom Europa, lämpligt att använda upp till cirka 70-100 kilo. Kurirtransporter dörr till dörr över hela världen, lämpligt för sändningar upp till ca 70-100 kilo. Inrikes expresstransporter av paketsändningar. DHL express hanterar även så kallade 3-partsändningar. Till exempel ett paket går från din leverantör i Kina direkt till din kund i Norge men faktura skickas till dig när ditt kundnummer används.

UPS

Utrikes pakettransporter. Kurirtransport över hela världen (lämpligt upp till ca 70-100 kilo). Inom Europa även lastbilstransporter av paketsändningar (lämpligt upp till 150 kilo). Även hantering av paketsändningar till privatpersoner till vissa länder där paketen kan hämtas på lokala utlämningsställen.

PUFF:S STYRELSE



HELENA LIDH,
ordförande
AD HOC Sweden AB
helena@adhocsweden.se



MAGNUS LUNDH
Aftak Te & Kryddor AB
magnus@aftak.se



HENRIK ÅGREN
Interstil I.T.S Interior AB
hag@interstil.se

STYRELSESUPPLEANTER:



PERNILLA PESCH
MMP Scandinavia AB
pernilla@pesch.se



ANDERS ENGDAHL
A Lot Decoration AB
anders@alot.se



CHRISTINA CUMENT-NORDIN
BOXinBAG Starild AB
christina@boxinbag.com



MARLENE DAHLBERG
Saponi AB
marlene@saponi.se

PUFF:s avtalspartners



MÄSSGURUN TIPSAR: Gör succé på mässan

Det närmar sig mässtider och ni har säkert stenkoll på monterbygget. Men frågan är om monterpersonalen har fått samma förberedelsetid. Nu gäller det att motivation och energi är på topp i hela mässteamet så att ni blir mässans mest attraktiva utställare.

“En av de mest delade reklamfilmer-
na i samband med OS i Rio 2016
var en reklamfilm där simstjärnan
Michael Phelps var frontfigur för
sportklädesföretaget Under Armour.
I den en och en halv minut långa
filmen får tittarna följa med Phelps
under otaliga träningspass inför OS.
Budskapet i filmen är It's what you
do in the dark that puts you in the
light.”

Så skriver Mikael Jansson och

Maria Jansson i sin bok “Mässguru -
Så lyckas du som utställare från idé
till succé”. De menar att samma sak
gäller när man ska göra en fiskmark-
nad världsberömd eller när man ska
ställa ut på en mäsas.

Att bara ställa ut utan en genom-
tänkt idé och mycket förberedel-
ser blir sällan bra. I stället krävs,
precis som för idrottsmän, lång och
ordentlig förberedelse. Den som för-
stätt detta och tagit sig an uppgiften

får sin välförtjänta plats i rampljuset
när mässan kört igång.

ENGAGERAD PERSONAL GER ETT LYCKAT MÄSSDELTAGANDE

Med det sagt är det av största vikt
att förbereda sin personal ordent-
ligt inför deras arbetsuppgifter på
mässan. Att inte vara förberedd
är varken kul för era medarbetare
eller kunder så se till att personalen
förstår vad som förväntas under

mässan. För att göra ett bra jobb
krävs kunskap, motivation och ener-
gi. Personalen behöver kunskap om
hur de ska agera i montern och kun-



Mikael och Maria Jansson, förfat-
tarna bakom boken “Mässguru
– så lyckas du som utställare, från
idé till succé. Foto: Fleur Englert

5 KNEP FÖR ATT LOCKA TILL MONTERN

NÄR MÄSSAN VÄL HAR ÖPPNAT ÄR DET VIKTIGT ATT FORTSÄTTA BJUDA IN TILL ER MONTER. DET
FINNS FLERA KNEP MAN KAN ANVÄNDA SIG AV. VARFÖR INTE TESTA NÅGOT AV DESSA FÖRSLAG:

1. LEVANDE REKLAMPELARE.

Förvandla besökarna till levande
reklampelare genom att ge bort
användbara giveaways. De ska
vara så snygga att det är coolt att
använda dem och de ska synas
på mässan.

2. BUDSKAP PÅ BILEN.

Tryck upp
en inbjudan eller ett reklambud-

skap på era företagsbilar som
ska stå parkerade på mässparke-
ringen.

3. EXPONERINGSYTOR PÅ

MÄSSAN. Utnyttja mässanlägg-
ningens exponeringsmöjligheter
med reklamskyltar, golvbud-
skap, sponsring, med mera.
Det kan också handla om påsar,

band för namnbrickor, tomma
kaffemuggar till besökarna när
de kommer in på mässan.

4. SOCIALA MEDIER.

Skapa täv-
lingar eller aktiviteter i montern
där besökarna inbjuds till att
dela sina intryck av dina pro-
dukter på sociala medier.

5. ANNAN REKLAM.

Ni kan ock-

så ta fram kaffekoppsunderlägg
som ni avtalar med restauranger
och caféer i närheten att de ska
använda. På dessa trycker ni upp
er logga och en inbjudan till er
monter med en chans att vinna
ett pris om man tar med under-
lägget. Detta kan såklart göras på
andra produkter också.



na ge svar på besökarnas frågor. Att man känner sig trygg och behövd i montern ökar motivationen hos medarbetarna vilket också gör att de faktiskt kommer att arbeta och inte bara hänga där. Din monterpersonal är det viktigaste för att få ett lyckat deltagande på mässan. Behandla därför dina medarbetare som VIP så kommer de också att behandla besökarna som VIP. Det är ofta de små gesterna som gör skillnad. En fruktkorg eller flaska bubbel på hotellrummet. Biobiljetter till den anställdes familj. Det blir ett fint sätt att säga tack för att ni fått låna hen under mässdagarna. Eller varför inte ett överlevnadskit med nyttigheter.

BJUD IN FÖRE OCH UNDER MÄSSAN

På en mäsas som till exempel Formex är det inte många som kommer utan att ha ett bestämt mål med sitt besök. De flesta vet precis vilka utställare de vill träffa och vilka monter de ska besöka redan innan de kommer till mässan. Därför gäller det att vara aktiv med att bygga upp ett intresse för er redan innan mässan så att besökarna vet

att ni ställer ut och blir intresserade av att komma. Ju mer kraft ni lägger på att bjuda in besökare, desto fler och bättre möten kommer ni att få. Förarbetet handlar helt enkelt om att skapa rätt förutsättningar för att lyckas på mässan.

VIP FÖR SÄRSKILT VIKTIGA KONTAKTER

Att känna sig speciellt utvald och uppmärksammas är något alla uppskattar. Utforma gärna ett VIP-program där du bjuder in dina viktigaste kontakter och kunder. Se till att sköta VIP-arrangemanget på ett snyggt sätt. Är det någon som av misstag inte fått en inbjudan så får man på ett smidigt sätt se till att personen blir inkluderad.

Försök tänka utanför boxen när du planerar ett VIP-arrangemang. Hyr en av mässans konferenslokaler under någon timme på morgonen och bjud dina kunder på frukost. Bjud samtidigt in någon föreläsare som kan prata om trender, butiksinredningar, e-handel eller något annat som kan intressera målgruppen. Utforma VIP-programmet så att de inbjudna verkligen känner att de

får ta del av något speciellt. Det är superbra att passa på under mässdagarna när hela branschen är i stan.

VIP-kunderna får säkerligen flera VIP-inbjudningar under mässan så du måste övertyga dem att de ska prioritera att komma till just dig.

HÄR ÄR NÅGRA EXEMPEL PÅ AKTIVITETER SOM KAN LOCKA:

- Att få träffa dina designers eller trendexperter
- Seminarier med en enskild pratstund med föreläsarna
- Upplevelser
- Nätverkande och fest
- Specialbehandling i montern, till exempel att få lämna ifrån sig ytterkläder, frukost, after work eller tillgång till en mobilladdning

Se helt enkelt till att skapa ett oemotståndligt erbjudande. Väv in så mycket personligt bemötande som möjligt, både i inbjudan och när besökarna blir mottagna i er monter. Om du ställer ut på en mäsas utomlands eller på annan ort kan det vara en bra idé att anordna en VIP-resa för kunderna. Då får du ensam rå om kunderna i flera dagar.

PUFF

VÅRA AVTAL

Dachser

Lastbilstransporter av gods på pall till och från Europa inklusive Skandinavien. Från ½ pall upp till 16 kubikmeter eller 7 höga EUR-pallar. För större sändningar (partigods) gäller det att begära in offert för att få ett bra pris.

ITS

Sjöfrakter i samlastningscontainer LCL eller egen container FCL samt flygfrakter på över 100 kg.

Toll

Sjöfrakter i samlastningscontainer LCL eller egen container FCL samt flygfrakter på över 100 kg.

FORMEX -mässan

Ett "PUFF-abonnemang" på Formex för minimum 2 mässor måste tecknas med Formex för att ta del av förmånerna. Notera att om ni redan har ett avtal med Formex ändras detta inte automatiskt när man blir medlem i PUFF utan ett nytt avtal med Formex måste tecknas. Denna ändring måste ni göra själva med Formex/Stockholmsmässan. Förmåner på Formex är då: lägre anmälningsavgift, första eluttaget gratis, fribiljetter i proportion till monterstorlek, gratis säkerhetspaket inklusive brandsläckare, gratis godshantering vid in- och utlastning samt gratis tomemballageförvaring under mässdagarna.

BRANSCHTIDNING

Designbase

Ett samarbete för annonser och exponering i Designbase svenska branschtidning och website.

KATALOGDISTRIBUTION mm.

Portomus

Specialister på att ordna distribution av katalogmaterial och liknande massutskick till mottagare i hela världen. De ombesörjer även adressetikettering.

HOTELL

Scandic Hotels

Avtal på hotellrum hos Scandic i Sverige som ger 10 % rabatt på normalt Flexpris. I Norge 8 procent rabatt, Danmark och Finland 6 procent rabatt. Konferenser i Sverige på mer än 10 personer ger 8 procent rabatt. Bokningskod: D000031413

Scandic Talk Hotel, Älvsjö

Specialpris under Formexmässan enligt separat avtal. Se hemsidan genom att klicka på SCANDIC TALK för priser, bokningskod och mailadress för bokning.

Radisson Blu Hotel

Specialpris på Hotell Royal Viking och Waterfront, Stockholm. Bokningskod/företags-ID är: 127257

FACEBOOKS NYA ALGORITM: Strategin gör skillnad!

Det gäller att ha koll på hur våra förutsättningar har förändrats på både Facebook och Instagram. Uppdaterad algoritm, fler annonsörer och hårdare konkurrens. För att lyckas krävs en tydlig strategi, som inkluderar annonsering samt bra och relevant innehåll.



I januari 2018 gick Facebook ut med att de ska ändra sina algoritmer, alltså hur flödet fungerar. Skälet till detta är att användarna har uttryckt att det visas för mycket reklam i deras flöde, och för lite relevanta inlägg från nära och kära. Så för att göra sin plattform bättre har Facebook beslutat att premiera innehåll från användarnas vänner och familj.

Innebär detta att företagsinnehåll inte är tillräckligt relevant för att synas i flödet? Nej, det gäller bara att bli bättre på att skapa engagerande innehåll och att jobba med rätt uttryck. Inlägg som bjuder in till interaktion prioriteras och video som uttrycksmedel får större räckvidd. För att lyckas med din kommunikation och synlighet i sociala medier följer här några punkter att tänka på.

1 NULÄGESANALYS OCH STRATEGI – ETT MÅSTE

För att nå fram till sin målgrupp är det A och O att göra en analys över vad syftet med företagets användning av det sociala mediet ska vara.

Fundera på vad vill ni uppnå, vad är ert mål och vilken strategi ska ni nyttja för att nå dit.

Se över er målgrupp, och gör en analys av vilka de är. Detta gör ni enklast genom att titta på den statistik som både Facebook och Instagram erbjuder företagskonton. När på dagen tittar användarna på ert innehåll, vilka inlägg gillas, vilka får flest kommentarer, vilka veckodagar har bäst räckvidd? Anpassa er strategi efter deras beteenden och lägg upp inlägg när de är som mest aktiva, så får ni så bred räckvidd som möjligt.

Att hänga med i trender som är aktuella för målgruppen är också viktigt. Försök att ligga i framkant och ta reda på vad nästa steg ska bli. Glöm inte att även göra en omvärldsanalys. Hur påverkar till exempel valet i höst er målgrupps beteende?

När analyserna är gjorda blir nästa steg att se över vad ni vill kommunicera. Vad vill ni att målgruppen ska tänka, känna och göra när de ser era inlägg? För att hålla en röd tråd i er kommunikation och image kan det vara bra att dela upp den i olika



fack. Till exempel vad målgruppen kan lära sig om era produkter, ert företags identitet, hållbarhetsarbete, etc. På så vis har man en strategi för alla budskap man vill kommunicera till målgruppen.

2 KVALITET FÖRE KVANTITET

Förändringen i Facebooks algoritmer har alltså inneburit att innehåll som bjuder in till diskussion och interaktion får större spridning. För att synas hos sin målgrupp behöver

därför företags innehåll skapa genuint engagemang hos användarna, så det har samma relevans som nära och käras inlägg.

Genuint engagemang innebär till exempel en diskussion av en produkt eller budskap mellan användare på ett företags inlägg. Långa kommentarer och delningar av inlägg prioriteras också högre än ett enkelt "gilla - klick". Algoritmen belönar allt detta genom större räckvidd. Därför är det viktigt att det du lägger upp har ett värde, så att det inte upplevs som "skräp" i användarens flöde och bortprioriteras.

Tänk hellre kvalitet än kvantitet när det gäller innehållet, helt enkelt. Ett inlägg som väcker känsla och igenkänning hos folk har större chans att delas och gillas. Det kan därför vara värdefullt att lägga lite extra krut på ett kreativt innehåll som skapar en aha-känsla.

3 VIKTEN AV VIDEO

Video värderas högt då det är både visuellt och rörligt, vilket snabbt skapar intresse och engagemang hos användaren. Facebook belönar er med räckvidd om använ-

PUFF

VÅRA AVTAL

First Hotel

Boka "Business Deal Flex" och få rabatt på ditt boende. Bokningskod: FHFBD

Hotel Express

Ett medlemskap ger dig möjlighet att boka hotellrum kort tid före ankomst och få upp till 50 procent rabatt.

INKASSO- & BEVAKNINGSTJÄNSTER

Svea Ekonomi

Inkassotjänster samt fakturaservice och factoring (reducerad årsavgift på inkasso samt på ärendeavgift).

Prioritet Inkasso

Inkassotjänst till fördelaktig kostnad, ingen årsavgift och låg ärendeavgift.

Inkasso-Kontroll

Inkassotjänster utan årsavgift och utan ärendeavgift.

FÖRSÄKRINGAR

Advise Risk & Försäkring

Med vår försäkringsmäklare har vi tagit fram konkurrenskraftiga Företagsförsäkringar (vi erbjuder en basversion samt en komplett version som även omfattar till exempel världstckande försäkring för mässgods, både under transporten och mässan). Vi har en Transportförsäkring som gäller för allt gods som transporteras i företagets namn. Slutligen en Sjukvårdsförsäkring som ger dig tillgång till privat vård med mycket snabb handläggningstid. I medlemskapet ingår dessutom automatiskt (utan extra kostnad) en Tjänstereseförsäkring som omfattar samtliga anställda i medlemsföretaget. Denna gäller över hela världen (ej i krigsområden) när man reser i tjänsten på företagets uppdrag. Försäkringsbevis får du från oss eller från Advise.

KREDITUPPLYSNINGAR

Soliditet – Bisnode Credits

PUFFs medlemmar får här obegränsat antal kreditupplysningar på svenska kunder. De kunder som är aktiebolag kan dessutom kostnadsfritt läggas på bevakning så att man automatiskt får besked per e-post om företagets ekonomiska Situation ändras. Dessutom kan man kostnadsfritt ta totalt 50 kreditupplysningar per 12-månadersperiod på kunder i Norge, Danmark och Finland. Du tar kreditupplysningar själv genom att logga in på Soliditets hemsida, det vill säga du får svaret på om kunden är kreditvärdig eller ej på några sekunder.

KREDITFÖRSÄKRING

Euler Hermes

Försäkra företaget mot kreditförluster på samtliga fakturor i nästan hela världen. Med försäkringen har du automatiskt

daren ser en hel video kontra en del av den, så gör dem gärna kortare än 10 sekunder.

Även bilder av hög kvalitet prioriteras över text. Så ha gärna rörelse i bilden som visar hur era produkter kan användas. Försök bygga en historia med inläggen så att det blir intressant att följa för användaren. Använd samma mönster i alla era kanaler för att förstärka budskapet hos användaren och skapa igenkänningsfaktor.

4 SÅ SKAPAS BRA RÖRLIGT INNEHÅLL

Det finns flera sätt än enkel video man kan använda för att skapa rörligt innehåll. För att skapa känsla och stämning finns det till exempel dessa kreativa knep att ta till:

– Cinemagraphs innebär att en del av videons rörelse fryses. Vilket skapar en känsla av en stillbild med rörelse som lätt fångar användarens intresse.

– Stop motion är ett antal bilder som sätts samman till en animation. Med animationen kan man visa mer av produktens egenskaper eller funktioner. Ska man sälja porslin

kan man istället låta mönstret växa fram på porslinet, och frukt kan "vandras" upp i en fruktskål.

– Platograph är en stillbild där en del av bilden markeras och animeras i en loop vilket gör att den delen av bilden hamnar i rörelse. Liknar den stämningsfulla effekten i en cinemagraph, men man utgår från en stillbild.



Använd apparna Stop Motion Studio, Plotaverse och Cinemagraph Pro.

Glöm inte bort att det är budskapet i bilden och videon som är det absolut viktigaste. Att pumpa ut snygga videos med uppenbart säljande budskap upplevs inte genuint och intressant av användarna - tvärtom. Tänk på att era inlägg ska väcka en känsla av igenkänning och positivitet hos målgruppen. Det ska upplevas lärorikt och meningsfullt att engagera sig i det ni kommunicerar i de sociala medierna.

rar i de sociala medierna.

För att sticka ut gäller det att man har högkvalitativt innehåll och rörligt material som får användaren att stanna till.

SÅ STICKER DU UT!

Ett enkelt recept att följa för att skapa bra och engagerande innehåll är kort och gott:

- 1. KÄNSLA OCH IGENKÄNNING.** Målgruppen ska känna igen sig i företaget och få en känsla för produkten.
- 2. FÄRG.** Färg syns och kommunicera känslor.
- 3. LÄRORIKT.** Att målgruppen lär sig något av ert innehåll skapar mening.
- 4. KREATIVITET.** För att sticka ut.

NYA GDPR-LAGEN:

Värna kunders integritet

TEXT: HÅKAN WIRÉN

Den 25 maj 2018 blev EU-medborgarnas privatliv mer skyddade. Då trädde en ny EU-förordning om dataskydd i kraft – General Data Protection Regulation – mera känd som GDPR.

GDPR reglerar vilka uppgifter om privatpersoner som till exempel företag och föreningar får samla in, använda, sprida och lagra. Regleringarna gäller alla medlemsländer i EU/EES samt alla verksamheter som på något sätt hanterar data om privatpersoner. Syftet är självklart att skydda alla människors grundläggande rätt till sina privatliv.

GDPR är inte helt lättläst och för att veta mer i detalj vad som gäller i varje situation krävs det att man läser ursprungstexten.

VILKA OMFATTAS AV REGLERNA I GDPR?

Reglerna i GDPR riktar sig i första hand till organisationer som använder sig av personuppgifter i sin verksamhet. Sådana organisationer kan vara både bolag som bedriver affärsverksamhet (t ex aktiebolag och handelsbolag m fl) eller stiftelser och föreningar. GDPR omfattar även personer som bedriver enskild näringsverksamhet, antingen i eget

namn eller genom en enskild firma.

GDPR gäller dock inte personuppgifter som hanteras av individer endast för privat bruk.

VAD ÄR EN PERSONUPPGIFT?

En personuppgift är all slags information som kan knytas till en fysisk person. Från personnummer och adress, till registreringsnummer eller andra kännetecken på objekt som tillhör personer, såsom bilar och båtar. Det innefattar också bilder och ljudinspelningar av levande människor. Tänk på att även enskilda näringsidkare räknas som fysiska personer.

KRAVET PÅ SAMTYCKE ÖKAR

Samtycke är inte alltid ett krav för att man ska få hantera personuppgifter. Det är dock en bra grund om man ska använda personuppgifter t ex för marknadsföring och produktinformation. Samtycke är emellertid en förutsättning när hanteringen avser känsliga eller extra skyddsvärda personuppgifter. Med det avses uppgifter såsom etniskt ursprung, politiska åsikter, hälsa, religiös övertygelse, medlemskap i fackförening eller sexuell läggning.

Det är också viktigt att dokumentera ett erhållet samtycke, exempelvis genom loggning, och att informera den som lämnar samtycke om vad samtycket avser. Ett samtycke kan också återkallas när som helst och behandlingen måste då upphöra.

RÄTTSLIG GRUND

Även om det inte finns något samtycke får man hantera vissa personuppgifter om det finns ett godtagbart syfte och en rättslig grund för hanteringen.

En vanlig anledning är att hanteringen grundar sig på ett avtal. Anställningsavtal, kundavtal och leverantörsavtal är exempel på avtal som innebär att företag måste registrera och hantera personuppgifter, dock endast de uppgifter som behövs för att uppfylla avtalet.

Registrering av personuppgifter kan också grunda sig på en laglig skyldighet. Exempel på en sådan förpliktelse är skyldigheten att bokföra affärshändelser enligt bokföringslagen. För vissa branscher kan det därutöver finnas särskilda bestämmelser om dokumentation eller arkivering.

GDPR I KORTHET

1. Du får bara behandla personuppgifter om du uppfyller lagens krav.
2. Du får bara samla in personuppgifter för ett angivet syfte.
3. Du får bara samla in de uppgifter som är nödvändiga för att uppfylla syftet och uppgifterna får bara användas till det ändamålet.
4. Har du samlat in personuppgifter måste du hålla dem korrekta och uppdaterade.
5. När syftet är uppnått ska uppgifterna tas bort.
6. Personuppgifter ska förvaras säkert så de inte kan ändras eller stjälas.

PUFF

VÅRA AVTAL

en täckning på 60 procent av fakturavärdet. Genom en kontroll av kunden i Euler Hermes system kan du höja detta värde till 90 procent av fakturabeloppet.

Credable

(Ett företag inom Euler Hermes) Du kan kreditförsäkra enstaka fakturor. Du betalar en försäkringspremie, skulle olyckan vara framme har du en självrisk på 5 % och får alltså 95 % av fakturans värde i ersättning.

ID-KAPNING via Bisnode

Skydda dig och dina anställda samt företaget mot en kapad identitet. Detta är en tjänst som ingår i medlemskapet i PUFF och som du kan använda kostnadsfritt. Fyll i blanketten med ditt och dina anställdas uppgifter och skicka in den till Bisnode. Inom någon dag har du det bästa skyddet mot ID-kapning av din identitet som marknaden erbjuder. Du får besked per SMS och per e-post i samma ögonblick som någon tar en kreditupplysning eller gör en ändring på din person. Genom en App i din telefon kan du direkt se vem eller vad som söks på ditt personnummer.

IT & DATA

Bravomedia

Bravomedia är ett företag som specialiserat sig på att erbjuda lösningar för E-handel, webbplats, sökmotoroptimering, digital produktion, annonsering, trycksaker och profilarbete.

DataPartner

DataPartner, Visma specialisten, med bland annat handdatorlösning till Vismas program. Programvara, installation och utbildning.

Grossist.se

Grossist.se är Sveriges enda nischade och rikstäckande marknadsplats för grossister och återförsäljare på nätet. Här kan du optimera sökningen efter dina produkter på internet.

Optimizers – App4sales

Optimizers har en APP, App4Sales, som kopplas till ditt ordersystem. Du kan göra order i din surfplatta/smartphone på mässan och överföra dem direkt till ordersystemet i datorn på kontoret. Surfplattan kan även kopplas till en läspenna för att lättare hitta produkten.

Specter

Specter erbjuder ett webbaserat affärssystem med mobil orderläggning i till exempel surfplattan eller mobilen. Systemet kan startas som ett litet system och sedan byggas på med olika moduler efter hand som ert behov att automatisera ökar. Går även att koppla ihop med App4sales.

Visma SPCS

Erbjuder rabatt på vissa av sina programvaror för det mindre företaget.



RÄTT ATT FÅ SINA UPPGIFTER BORTPLOCKADE

PERSONUPPGIFTER FÅR INTE SPARAS FÖR LÄNGE

långe uppgifterna får sparas beror på omständigheterna i varje enskilt fall, till exempel så länge en kund- eller affärsrelation pågår får uppgifterna givetvis finnas kvar.

Uppgifter om personer som inte längre är kunder eller leverantörer måste dock tas bort. En tumregel är att personuppgifter om en tidigare kund i normala fall får behållas i upp till ett år för marknadsföringsändamål efter det att kundrelationen har upphört. Garantiåtaganden eller legala krav, t ex för bokföring, kan dock innebära att uppgifterna får sparas under längre tid.

INCIDENTER MÅSTE RAPPORTERAS

Nytt i GDPR är kravet på företag att rapportera alla "personuppgifts incidenter" till Datainspektionen. Det kan handla om ett dataintrång utifrån, att en anställd obehörigt tagit del av personuppgifter, eller att ett USB-minne med personuppgifter har tappats bort. En uppgift ska inte få hamna i orätta händer.

SANKTIONER VID BROTT MOT REGLERNA

av den globala årsomsättningen.

PUNKTER ATT ÅTGÄRDA

För att undvika sanktioner eller andra problem vid tillämpningen

av de nya reglerna är det en god idé att se över hur ditt företag hanterar personuppgifter. Om ni inte redan har gjort det är det därför lämpligt att snarast vidta åtgärder.

SE ÖVER HUR DITT FÖRETAG HANTERAR PERSONUPPGIFTER.

- 1. INFORMERA** alla beslutsfattare, medarbetare och nyckelpersoner inom företaget om de nya reglerna.
- 2. BESLUTA EN ÖVERGRIPANDE POLICY** för dataskydd som beskriver mål, styrning, organisation och ansvar för dataskydds arbetet.
- 3. SE TILL ATT DET FINNS** en organisation på plats som kan arbeta med dataskydd, och låt dem se över era nuvarande säkerhetsåtgärder och rutiner. Ännu en nyhet med GDPR är att ansvaret för att driva dataskydds arbetet tydliggörs. Det finns även flera nya krav på att företag måste kunna visa upp att det följer regelverket och hur reglerna tillämpas.
- 4. TA REDA PÅ HUR PERSONUPPGIFTER** hanteras i verksamheten och upprätta en registerförteckning över detta. En mall till en sådan förteckning skickades ut i nyhetsbrevet, hör av dig till föreningen om du saknar en sådan.
- 5. TA REDA PÅ VILKA RÄTTSLIGA** grunder ni har för att behandla personuppgifterna i organisationen. Vilka skyddsåtgärder behövs och vilka risker kan finnas? Se till att även detta dokumenteras i register förteckningen. Om personuppgifter behandlas med stöd av samtycke, se till att det alltid kan visas att ett giltigt samtycke har lämnats.
- 6. SLUTLIGEN**, se till att befintliga avtal med era egna leverantörer har tillräckliga krav på åtgärder för dataskydd.

Håll koll



Höst-Event i november

Vi håller just nu på att lägga planerna för vårt event i början/mitten av november 2018. På förmiddagen hör vi om framtiden: NEXT TREND inom interiör- heminredning med ColourHouse

Louise Klarsten, tidsperspektivet är 1,5 – 2 år framåt i tiden. På eftermiddagen lyssnar vi på ColourHouse Martin Wendelbo och en humoristisk utbildning i sociala medier och digitala platt-

formar i stort men med fokus på Instagram. Vi planerar att köra i Malmö, Göteborg och Stockholm. Kolla in nyhetsbrev och posten där inbjudan kommer att dyka upp efter sommaren.

Puff håller årsmöte

Årsmöte i föreningen PUFF hålls tisdagen den 21 augusti kl. 18:45 i samband med Formex. Boka in kvällen för att ta del i föreningens årsmöte. Kallelse med dagordning och plats för mötet kommer per nyhetsbrev i mailen under juli som alltid.

WARNING!

Oseriösa företag

På vår hemsida har vi numera en Varningslista där oseriösa företag publiceras. Du hittar fliken till listan på www.puff.se. Där finns även en länk till Svensk Handels hemsida med kompletterande information om företagen och hur du kan hantera den uppkomna situationen.

Avdrag på moms vid representation

Har du koll på att du kan få göra avdrag på momsen vid representation såsom luncher och middagar? Om kostnaderna har ett omedelbart samband med verksamheten, och mat och alkoholhaltig dryck serveras, kan du få göra avdrag på upp till 300 kr per person och tillfälle. Detta är enbart ett exempel, vi rekommenderar att ni läser mer på Skatteverket.se.



Traktamente vid resor

Då en anställd reser i jobbet längre än 50 kilometer från arbetsplats och boende, samt stannar minst en natt, kan det finnas det

rätt till ett skattefritt traktamente. Se Skatteverket.se för mer detaljer, såsom shablonkostnader och regler gällande utlandsresor.



HUR BLIR JAG MEDLEM I PUFF?

Gå till vår hemsida puff.se klicka på BLI MEDLEM och sedan på länken längst ner på sidan "Klicka här för att ansöka om medlemskap", fyll i formuläret och klicka på "skicka". Vi behandlar normalt din ansökan inom någon dag.

VEM KAN BLI MEDLEM I PUFF?

För att bli medlem i Presentgrossisternas Företagare-Föreningen PUFF skall ni vara ett svenskt registrerat företag, med säte i Sverige. Företaget ska verka som grossist, distributör eller tillverkare inom present-, interiör-, lek &

barn-, delikatess-, blomster- och designbranschen och företrädesvis sälja till återförsäljare. Butiker och e-handelsföretag som riktar sig till konsumenter kan inte bli medlemmar i PUFF. Har du några frågor om de olika avtalen vi har så är du välkommen att ringa oss.

Du kan när som helst avsluta ditt medlemskap i PUFF. Det löper på kalenderårsbasis och för att avsluta medlemskapet behöver du bara skicka ett e-post till info@puff.se med din uppsägning.

Om medlemskapet avslutas sker ingen återbetalning av

inträdesavgift eller medlems- och serviceavgift.

PRISER PÅ MEDLEMSKAP I PUFF

5 000 kronor exklusive moms = en inträdesavgift som är en engångskostnad.
650 kronor exklusive moms = serviceavgift.
50 kronor = medlemsavgift.
Medlems- och serviceavgift löper på kalenderår.

PUFF

VÅRA AVTAL

KONTORMATERIAL

AlloOffice

Ett brett sortiment kontorsvaror som du behöver på kontoret eller på lagret. 33 procent rabatt på ordinarie listpriser till PUFF-medlem. Nettopriser på kopieringspapper, pärmar, bläckpatroner och toner samt en del förpackningsmaterial. Snabba leveranser, alltid fraktfritt.

EMBALLAGEMATERIAL

Antalis AB

Erbjuder allt inom transportemballage, wellpapplådor och förpackningsmaterial.

LAGER- OCH KONTORS - UTRUSTNING

Witre AB

All utrustning för lager och kontor, rabatt på 7 procent och låg fraktfri gräns om 1 500 kr.

KORTBETALNINGAR

Onslip AB

Betalningslösningar, kortterminaler och kassaregister, både fasta och mobila.

JURIDISK HJÄLP

Gullikssons Advokatbyrå i Malmö

Kombinerad jurist- och patentbyrå med specialisering på immaterialrätt och närliggande områden som upphovsrätt, märkesskydd etc. De är även aktiva inom all form av företagsjuridik. PUFF-medlem erhåller 30 minuters gratis telefonkonsultation.

DRIVMEDEL

Circle K

Erbjuder rabatt på drivmedel till medlemmar genom Företagskort eller Privatkort.

MALLAR till avtal

Vi har mallar för agenturavtal (på svenska och engelska) distributörsavtal, leveransvillkor, tillverkningsavtal och en friskrivningsklausul på engelska. Alla avtal ed den senaste uppdateringen finns tillgängliga på vår hemsida puff.se, Logga in genom att klicka på MEDLEMSLOGIN uppe till höger. Logga in, klicka på rubriken AVTALSPARTNER så kommer alla företagen upp i bokstavsordning. Här kan du sedan klicka på det som intresserar dig och få fram alla detaljer om avtalen.

RETURADDRESS:

PUFF
Box 127
235 22 Vellinge

B

SVERIGE
PORTO BETALT
PORT PAYÉ

Postoperatör Mailworld 126 08 Stockholm

PUFF

**PRESENTGROSSISTERNAS
FÖRETAGARE-FÖRENING**

ACCESSOARER ALMANACKOR BABYLEKSAKER BAD
BADRUMSTILLBEHÖR BAND BARNKLÄDER BARNMÖBLER
BELYSNING BESTICK BLOMSTERTILLBEHÖR BOLLAR
BRICKOR BURKAR BUTIKSTILLBEHÖR BÄDDSET BÖCKER
CHIPS CHOKLAD DEKORATION DELIKATESSESSER DISKTRASOR
DOFTLJUS EKOLOGISKT FIGURER FILTAR FÖRVARING GARN
GIRLANGER GRILLAR GRYTOR HANDDUKAR HANTVERK
HEMSLÖJD HOBBY INREDNING INTERIÖR JUL-
PRYDNADER JULPYNT KAFFE KAFFEKVARNAR KARAMELLER
KERAMIK KLOCKOR KLÄDER KNIVAR KONFEKT KONST-
BLOMMOR KONSTVÄXTER KORT KOTTAR KRANSAR
KROPPSVÅRD KRUKOR KUDDAR KYLVÄSKA KÖKSTILLBEHÖR
LAMPOR LEKSAKER LJUS LJUSSTAKAR LYKTOR MAGNETER
MATTOR MJUKISDJUR MUGGAR SOVRUMSTILLBEHÖR
MÖBLER NALLAR OLJOR PAPPER & PÅSAR PARTY-
PRODUKTER PEPPARKVARNAR PORSLIN POSTERS
PRALINER PRESENTPRYDNAD PYSSEL & PYNT SERVETTER
SJALAR SKÄMTARTIKLAR SKÄRBRÄDA SKÄRMAR
SMAK SMIDE SMYCKEN SMÅ MÖBLER SOUVENIRER
SPAPRODUKTER STEKJÄRN SYLT SYTILLBEHÖR TAVLOR
TE TERMOS TEXTIL TOMTAR TROLL TRÄDGÅRD
TRÄTAG TVÅL UNDERLÄGG UR VANTAR VASER VINSTÄLL
VINTILLBEHÖR VYKORT VÄSKA ÄTBARA PRODUKTER

PUFF