



FØRST I SECOND: Slik ser det ut på torget for nye produkter i den første butikken på Second Life.

Virtuell butikk

CHICAGO/SECOND LIFE: Dagligvarebutikken er blitt virtuell i et forsøk på å forstå kundene bedre. Phil's Supermarket har åpnet i den virtuelle 3-D-verdenen Second Life.

FK Georg Mathisen
gm@handelsbladet.no

Produktlanseringer, kjendiskokker, ekspertråd, markedstester, nyheter – det er bare noen få av alle mulighetene som Phil's Supermarket åpner for. På skjerm.

I denne butikken er det nemlig ikke kjøtt-og-blod-kunder som handler. Målgruppen for Phil's Supermarket tar butikkbesøket i form av tredimensjonale avatarer (kroppsformede representasjoner av seg selv), laget for å leve i nettverdenen Second Life.

GURU OG KRAFT

Phil i Phil's Supermarket er Phil Lempert – journalist og bransjekommentator, kjent som The Supermarket Guru. Han er butikksjef, eller «Chief Executive Avatar», men driver i samarbeid med sterke partnere som Kraft og IBM.

– Tenk deg at du kunne bygge den ultimate handleopplevelsen. Vi har gjort det, sier Lempert.

Det betyr butikkhyller som gir informasjon, kupper, oppskrifter og tips. Det er mulig å forbedre handlingen ved å sammenligne ingredienser eller ernæringsinformasjon, eller sette sammen ingrediensene fra et matlagingskurs, og så sende handleliste til eposten eller mobiltelefonen.

FRA SECOND LIFE TIL VIRKELIGHETEN

Dessuten byr butikken på kjøkken med besøkende kjendiskokker, demonstrasjoner og konkurranser, et interaktivt matforum, ferskvareavdelinger med eksperter – og omvisninger i butikken for å lære kundene om ernæring, mattrygghet og verdi. Løsningene er slike som i neste omgang ventes tatt i bruk ute i de fysiske butikkene.

Gevinsten for fysiske butikker ligger i muligheten til å teste ut nye produkter og ny butikkteknologi, og dessuten i å lære kundene mer om mat og drikke. Meningen er at Phil's Supermarket skal bli det første stedet forbrukerne hører om de siste produktene og de heteste kokkene.

Kundene kan rusle gjennom butikken, eller de kan handle. De som handler, inviteres til å gi informasjon om seg selv i det virkelige liv, slik at de kan bli medlemmer av Phils lojalitetsprogram. De som melder seg inn, får muligheten til å prøve nye produkter, være med i fokusgrupper og gå på ost-og-vin-smaking.

70 NYE FRA KRAFT

Phil's Supermarket åpnet samtidig i Second Life og i Chicago. Allerede på åpningsdagen kunne Kraft Foods presentere mer enn 70 nye mat- og drikkeprodukter til de virtuelle kundene.

Handelen har gratis tilgang til butikken, som Lempert betegner som et læringslaboratorium. Dagligvareleverandører kan laste opp bilder av produktene sine, slik at de kan komme på hyllene i supermarkedet, gratis fra 1. juni.

FAKTA

Større enn Norge

Second Life lar brukerne – «innbyggerne», som det heter – forholde seg til hverandre og til næringslivet gjennom bevegelige avatarer, altså kroppsformede representasjoner av seg selv. Avatarene er mennesker, men kan utstyres med de attributtene innbyggeren selv velger. På Second Life er for eksempel Phil Lempert like gråhåret, har beholdt barten, men er tynnere, mer hengslete og langt verre til å sele drikke på seg selv og gulvet.

Innbyggerne lever i den virtuelle verden omtrent som i en fysisk verden. De møter hverandre, er sosiale, deltar på aktiviteter og kjøper varer og tjenester med linden-dollar, som kan veksles inn i amerikanske dollar. De kan bevege seg rundt på bena, i forskjellige kjøretøyer eller teleportere.

Det er ikke bare moro og spill: Second Life er virtuelt klasserom for en rekke universiteter. Innbyggertallet ligger på over seks millioner. Mer enn 300 000 av dem brukte virkelige penger i april.

(Kilder: Progressive Grocer, Chicago Tribune)

Kraftig øko-vekst

CHICAGO: Økologisk mat øker kraftig i USA. Fra 1,9 prosent av matsalget i 2003 har den vokst til 2,5 prosent i 2005 og 3,0 prosent i fjor. Det betyr over 100 milliarder kroner i omsetning, viser tall fra Organic Trade Association.



KJAPT: Det tar fem minutter å tilberede, og koker mens kunden er på arbeid, forklarer Barbara Macaluso.

Kjapp slowfood

CHICAGO: Det går an å bruke fem minutter på å lage slowfood. Langtidskokerne er blitt et populært innslag på kjøkkenet i enkelte land, og egne retter til langtidskoking skal gjøre alt mye enklere. – Du trenger fem minutter om morgenen til å blande posen med kjøtt og vann. Så kan det koke hele dagen, og når du kommer hjem, er du klar til å servere en fantastisk, langtidskokt middag, reklamerer Barbara Macaluso.

Hun og mannen driver Delicæ Gourmet, som har utviklet en serie gryter til langtidskoking.

Kutter på grammet

CHICAGO: En presisjonsvekt som kutter fisk eller kjøttstykker akkurat passe store. Det er tilbudet fra Precision Cut. Hvor ofte har ikke ferskvarefolkene fått beskjed om at kunden skal ha så og så mye, og hatt problemer med å få delt av akkurat passe mye? Presisjonskutt-vekten skal ordne opp.

Den patentsøkte løsningen gjør at når du legger litt av kjøtt- eller fiskestykket på et påmontert brett som stikker ut fra vekten, klarer den å finne ut akkurat hvor mye som ligger igjen og hvor det må kuttes for å få passe mye. Om du har 1,6 kg fisk, for eksempel, til en kilopris på 119 kroner, og kunden skal ha et stykke for 80 kroner – da viser vekten deg hvor du skal kutte.

Arbeidsantrekk kverker bakterier

CHICAGO: Arbeidsklær-leverandøren G&K Services lanserer en ny serie antimikrobielle uniformer, kluter og håndklær som skal stoppe spredningen av bakterier i maten. Biosmartklærne er beregnet på alle som tilbereder mat – fra slakteriet til ferskvaredisken. Uavhengige tester viser at tekstilene som brukes, dreper 99,9 prosent av bakterier og virus, ifølge avisen Star Tribune.



KUTTISME: Foran står supermarkeds-guru og sjef Phil Lempert (til venstre) klar til å åpne butikken sammen med støttespillerne fra Kraft – i Second Life på skjermen bak har avataren til Krafts Nord-Amerika-sjef Rick Searer stilt seg opp med saks for å åpne den virtuelle versjonen.