

# Nyhetsbrev

- med samlade tankar och analyser just nu

\*RSD

Lästid: 6-8 minuter

STOCKHOLM 2020.09.30

## Toaletten - varumärkesstärkande pärla eller ett kostnadsalstrande hemlighus?

Hur ser man på toaletten från fastighetsägarens och kommunernas sida? Är det en ofrånkomlig service som bara kostar pengar? Eller är det något som överraskar positivt och lyfter besöket som helhet? Det varierar väldigt och skillnaderna i utföranden är stor. I alltför många fall är toalettbesöket den del av kundresan som anger bottenivån.

Vi har alla besökt allmänna toaletter med varierad förnöjelse/erfarenhet. I det värsta scenariot är det en snuskig, dåligt underhållen plats där tryggheten inte är i fokus vare sig gällande smittorisk eller ur överfallshänsende.

I det fall där man har insett vikten av kundvård och arbetat med sina toaletter kan det vara ett besök som lyfter upplevelsen och som blir en snackis som bidrar till att fler väljer att komma till platsen. Detta är oberoende om det handlar om en allmän toalett i staden eller toaletten i en galleria eller köpcentrum. Eller varför inte dra det

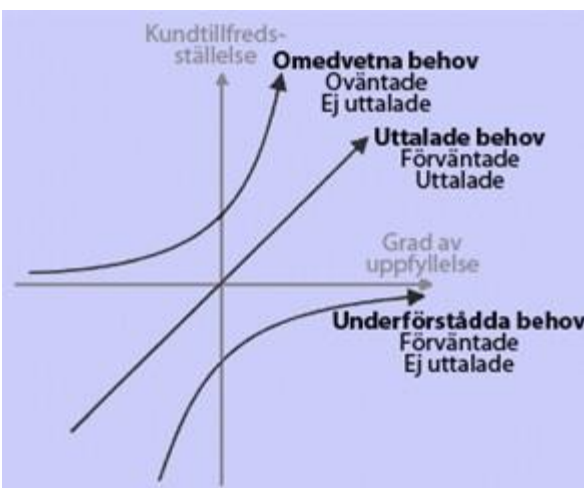
ytterligare ett snäpp att även omfatta kriterierna för valet av tex vårdcentral, skola, restaurang, arbetsplats och så vidare. Behovet av ett bra toalettbesök finns överallt.

Vill man borra djupare i frågan finns det anledning att fundera kring den s k KANO-modellen, som strukturerar upp behovsbegreppen. **De uttalade behoven** är sådana som kunder förväntar sig och uttalar som viktiga. **De underförstådda behoven** tas för givna av kunden. Det innebär att kundnöjdheten inte påverkas av att, i det här fallet, toaletterna lever upp till dessa behov. Men om toaletterna *inte* lever upp till de underförstådda behoven riskerar det att leda till att kundnöjdheten minskar avsevärt. Den sista aspekten är **de omedvetna behoven**. I de fall toaletterna överträffar kundens förväntningar, medför det en positiv överraskning som i sin tur gör att värdet av toaletterna och i förlängningen hela besöket på handelsplatsen ökar kraftigt. Störst utväxling får man naturligtvis om man lyckas överraska positivt!

### Kartläggning av toaletter

Då och då dyker det upp undersökningar som lyfter olika aspekter gällande toaletten och besöket där. En mycket genomlysande och faktsäckad sådan stötte vi på härom året. Det var Stiftelsen Tryggare Sverige som under våren 2019 genomförde en kartläggning av de offentliga toaletterna i centrala Stockholm. Syftet var främst att kartlägga trygghetsaspekten. De hade ungefär motsvarande definition som man använde sig av i Bryant Park som vi nämnt i föregående nyhetsbrev (Barnen i staden): *Om kvinnor och barn anser platsen trygg har man vunnit trygghet för alla i det offentliga rummet.* Här kan man konstatera att det fortfarande finns mycket att göra.

Forts. →



Figur: Kano-modellen.

\*RSD

www.rsd.se

Sandra Rawls avhandling *Restroom Usage in Selected Public Facilities: A comparison of Female and Males*, som ligger till grund för den här kartläggningen, lyfter en mängd intressanta fakta kring skillnaden i hur män och kvinnor använder toaletterna. Tex kan man se att kvinnornas toalettbesök tar i genomsnitt dubbelt så lång tid som männens. En anledning till detta kan vara det basala faktumet att kvinnor alltid sitter ner medan två tredjedelar av männen använder urinoar. Bara det är en anledning till att man behöver anlägga fler dam- än herrtoaletter. Trygghetsaspekten vid ett toalettbesök är också av stor vikt. Här nämner hon tex vikten av att låsen ska upplevas tydliga och pålitliga. Tilläggas kan också vikten av att omgivningen runt toaletten ska vara öppen och väl upplyst så besökaren inte behöver vara rädd att någon står gömd och beredd att överfalla när man är på väg in eller ut från toaletten. Det och många andra tankar kring toaletterna i stadsplaneringsssammanhang kan man läsa i den skrift som Tryggare Sverige har sammanställt. Här presenteras bland mycket annat en bra checklista man kan använda sig av för att kontrollera läget på de offentliga toaletterna i sin egen stad.

Skriften laddas ner i sin helhet här:

<https://trygga-sverige.org/sakra-och-trygga-offentliga-toaletter>

## Betalning eller inte?

En fråga vi ofta stöter på i de handelsplatser vi jobbar med är frågan om toaletterna ska vara kostnadsfria eller om de ska beläggas med betalning. Ett allenaordande entydigt svar finns tyvärr inte på den frågan utan det behöver bedömas från fall till fall.

Ibland kommer man inte runt lösningen med betalning för att kunna ha en bra toalett för alla. Behöver man begränsa tillgången till toaletten så kan det vara att föredra att ha en kortbetalningslösning. Den lösningen är bra av många anledningar – inte minst för att undvika inbrottsskador. Vill man däremot bjuda sina kunder på toalettbesöket finns det lösningar på detta också.



## Hur skapas en bra toalett?

Vi har jobbat med många handelsplatser och har sett att tillgången på toaletter i kombination med hur de ser ut och upplevs påverkar helhetsbilden mycket och kan vara det som avgör vilken handelsplats kunden väljer att besöka. Medvetet eller omedvetet.

Det finns några basala saker att säkra för att hamna på en nolläge. Här kommer några:

- Helt och rent: Alla inredning inom toalettutrymmet ska vara hel och upplevas ren. Regelbunden väl tilltagen städning är A&O. Felanmälan bör åtgärdas omedelbart.
- Doft eller lukt: Ett sinne man lätt glömmet eller underskattat är luktsinnet. Om det luktar illa upplever man en olust oavsett hur trevligt det är för övrigt. Luktfrött eller dofta gott är nivån att börja på.

- Påfyllt: Ingen gillar att komma in på en toalett och för sent upptäcka att toapappret är slut, eller att det inte finns tvål eller pappershanddukar om det är det system man använder. Låt inte det hända!
- Hängare: Ett minimikrav är också att det ska finnas minst en krok att hänga sin jacka och ev handväska på. Golvet är aldrig ett bra alternativ.
- Trygghet: Viktigt att ingången till toaletten inte är undanskynd, låsen tydliga och pålitliga, rymliga toaletter så förälder/barn får plats osv.

När man har säkrat tryggheten och grundkraven för en bra toalett kan man säga att man har nått upp till en nollpunkt för upplevelsen av besöket. Vill man sedan överraska och skapa någonting som besökaren inte förväntar sig, att överlevera, så har man möjlighet att plocka många poäng hos kunden!

Vid utformningen av toaletten gör man klokt i att utgå från sin varumärkesplattform. Vilka värden står ni för och hur kan de tänkas uttrycka sig i just era toalettpaket?

## Investeringen eller kostnad?

Investering som krävs för ett upgraderat toalett paket är en engångskostnad, plus en viss ökning i drifts- och underhållsbudgeten löpande, och kan såklart variera i det oändliga. Här anser RSD att en viss del av marknadsbudgeten kan utgöra en del av investeringen. En toalett som har möjlighet att bli en snackis i sociala medier är en mycket god medieinvestering och har även möjlighet att vara det som gör att kunden väljer din plats framför andra – medvetet eller omedvetet. Utväxlingen på investeringen är svår att uppskatta i kronor och ören men visar sig på sikt i omsättningen i butiker och restauranger. Kostnaden för toaletterna är i sammanhanget en försvinnande liten del i sammanhanget om det är det som gör att kunden väljer din eller annans plats att besöka!

## Några goda exempel

Ett exempel på detta är vårt arbete med Skärholmen Centrums toalett paket. Här valde vi att lyfta platsens historia. Varje enskild toalett pryddes med en stor bild som visade hår- och klädmodet från ett valt årtionde under centrumets historia och i respektive toalett spelades musik från just det årtiondet. Det uppskattades av såväl kunderna som handlarna i centrum. Forts. →

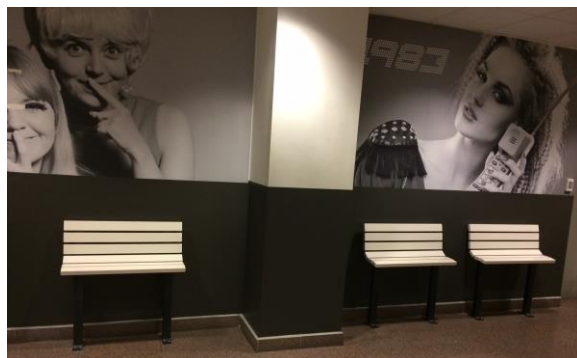


Foto: RSD. Entrén till toaletterna, Skärholmen Centrum

Om man har barnfamiljen som målgrupp är det klokt att göra barnen till ambassadörer. Om barnen är nöjda så är oftast föräldrarna nöjda. Täby Centrum, Solna Centrum och Moodgallerian är några som erbjuder speciella barntoaletter som är mycket omtyckta bland de yngre kunderna.

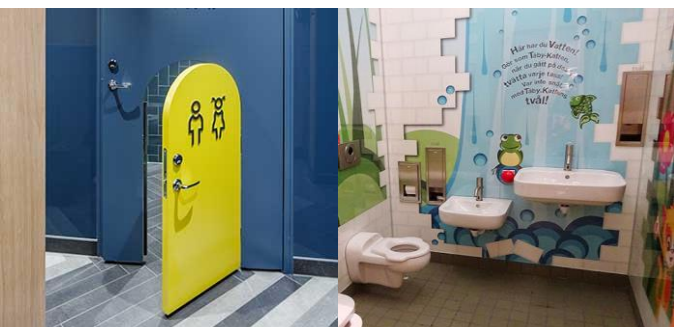


Foto: solnacentrum.se och Täby Centrum

Som gäst på en gourmetrestaurang är smaklökarna i fokus och toalettens erbjudande bör då ligga i linje med det. Det har tex Frantzéns tagit fasta på och bjuder sina gäster på, utöver väldoftande tvål, engångsfrotté och handcrème mm även engångstandborstar för att säkra smakupplevelsen.

Gallerians nya toalettpaket driftat av ONE HUNDRED Restrooms på plan 03 är också värt ett besök. Det kostar en liten slant men i retur får man en toalett-lounge som är uppdaterad, fräsch och har flera roliga detaljer och upplevelser som berikar besöket.



Foto: RSD. Gallerian Hamngatan, Stockholm

De offentliga toaletterna i vår stadsmiljö har sina utmaningar och möjligheter. En som sticker ut lite är den offentliga toaletten som är belägen på torget bredvid rådhuset i Lidköping. Här har man jobbat med den exteriöra utsmyckningen för att få den att passa i omgivningen. Kakel inspirerat av Rörstrand och spiror som på det gamla fina rådhuset. Placeringen är öppen och lättillgänglig – det känns tryggt och trevligt!



Foto: RSD. Offentliga toaletten i Lidköping

Slutligen ett exempel som vi ofta återkommer till - Bryant Park i New York. I parkens offentliga toaletter möts man av klassisk musik, färska snittblommor och god doft. Och toaletterna där är gratis. En viktig del i att parkbesöket ska kännas tryggt och trevligt. Guldstjärna!

### Svaret på frågan

Ja, frågan om toaletten är en pärla eller ett dyrt sänke för din handelsplats eller stadskärna är en fråga som dina kunder bäst kan svara på. Och du gör klokt i att fråga dem!

Toaletten kan förhöja besöket på en plats och bli en riktig snackis om ni jobbar aktivt med den. Och gör ni något utöver det vanliga med era toaletter så kommer de att bli omtalade, var så säker! Inte minst sociala medier kommer att jobba med dig! Varför missa det tillfället!

Det finns så mycket att vrida och vända på när det kommer till toaletter och exemplen är många. Vill du diskutera vidare eller vill få vår hjälp att se över era toaletter så bjuder vi gärna på en kaffe och pratar vidare om hur vi kan hjälpa er med dem!

**För oss är toaletten en hjärtefråga, och vi ser att den ekonomiska uppsidan i investeringen stor!**



### Artikelförfattare:

Lena Hedin, Partner RSD