

# Norge först ut när Euroline växer i Norden

Euroline har just tagit steget ut i Norden. Först ut är Norge, men planen är att vi snart ska finnas representerade i alla de nordiska länderna.

– Det är efterfrågan från våra kunder som har fört oss hit, berättar Rikard Malmfors, ansvarig för Strategisk Utveckling på Euroline. Allt fler av dem växer nu över gränserna.

Framför allt märker Euroline nu ett växande intresse för inlösentjänster inom den butiksbaserade handeln. Bland annat de större butikskedjorna, som redan är etablerade i de nordiska grannländerna.

– Inom den butiksbaserade handeln finns det, till skillnad från e-handeln, en tradition att verka lokalt, berättar Rikard Malmfors. Här har man nära kontakt med kunderna och arbetar gärna med lokala leverantörer, även om man ingår i en stor internationell butikskedja. Det gäller också för bank- och inlösentjänster. Därför är det viktigt att vi finns med när våra kunder etablerar sig på nya platser.

## Etableringen i Oslo är ett första steg

Från och med sommaren 2008 finns därför Euroline "på norska". Med utgångspunkt från basen i Oslo erbjuder vi produkter,

tjänster och service på den norska marknaden.

– Än så länge erbjuder vi samma tjänst i Norge som vi gör i Sverige och internationellt för våra e-handelskunder, men vår ambition är att utveckla tjänsten så att den anpassas till de lokala förutsättningarna. Även om det är våra befintliga kunder som har fört oss hit måste vi ta ett större grepp om marknaden. För att kunna erbjuda våra kunder riktigt bra service måste vi vara konkurrenskraftiga på varje lokal marknad.

## En nordisk leverantör med ett brett erbjudande

Visst finns här konkurrens. Men det är fortfarande inte så många av aktörerna på den norska marknaden som har ett nordiskt erbjudande. Det är här Euroline har för avsikt att satsa.

– Målsättningen är att göra det enklare för kunderna, fortsätter Rikard Malmfors, med en leverantör som löser många behov. Bland annat kommer vi att utveckla lösningar; produkter, tjänster och paketerbjudanden, tillsammans med SEB i Norge, systerbolaget Diners Club, och övriga samarbetspartners inom exempelvis e-handel, betalterminaler och så vidare, avslutar Rikard Malmfors.

