

Klant verleiden op winkelvloer ‘dure sport’

26-06-2007 00:00

Winkels en fabrikanten geven jaarlijks bijna twee miljard euro uit aan reclame in de winkel. Tv-schermen voor narrowcasting, displays en demonstraties van producten zijn manieren om de consument te verleiden tot aankopen.

“In drie jaar is de besteding aan deze instore-communicatie verdrievoudigd”, zegt Bram Nauta van kenniscentrum Popai Benelux. Logisch volgens hem, omdat in zeventig procent van de gevallen de klant pas in de winkel beslist welk product hij koopt.

Maar wat zijn nu precies de factoren die de ‘koopknop’ van de consument aanzetten? Vandaag wordt in ‘t Spant in Bussum het congres ‘Verleiding op de Winkelvloer’ gehouden, waar de gehele dag over bovenstaande vraag wordt gesproken.

Klik [hier](#) voor meer informatie over het congres.