

Mastercourse De winkel als theater

22-04-2014 00:00

Met de mastercourse De winkel als theater leert Carin Frijters – auteur van het retailboek *Prikkel de Koopknop* – samen met 8 experts in een overzichtelijke mastercourse hoe jouw winkel bestaansrecht heeft. Ze neemt je mee langs de belangrijke thema's die een rol spelen voor een onderscheidend winkelconcept. Nieuwdaarbij is dit seizoen de les *Ecommerce en social media*.

Het lesaanbod:

1. TRENDS, CONCEPT En CONCUSUMENT 5 september 2014 De basis van retailen is een onderscheidend concept. Weet waar je kracht ligt en wat je waarden zijn. Maar kijk ook goed naar buiten. Om te zien welke kant je consument zich op beweegt, wat zijn behoeften zijn, wat hem drijft en welke trends je daarin ziet.

2. 5 september 2014 Zonder de juiste vormgeving is een mooi retailconcept niets meer is dan een mooi idee. Het gaat erom je winkelconcept ook daadwerkelijk te vertalen naar je fysieke winkel. Daarvoor gebruik je retailstyling en retailmerchandise.

3. 19 september 2014 Instore communicatie zorgt dat de klant zelfstandig en relatief eenvoudig in de winkel kan navigeren. Nieuwe technologieën op de winkelvloer zorgen ervoor dat de winkelbeleving nooit meer hetzelfde zal zijn. Leer de juiste keuzes maken voor technologieën die passen bij de hedendaagse klantreis van jouw klant.

4. KLEUR EN MATERIAAL 3 oktober 2014 Diverse onderzoeken wijzen het uit: kleur is de ultieme mood generator. Deze les biedt je handvatten hoe je met kleur het gedrag van je klant beïnvloedt. Moet hij worden geactiveerd of wil je juist dat hij zich op zijn gemak voelt? Met kleur kun je de klant ook onbewust richting geven en een heel natuurlijke manier door je winkel laten navigeren (**31 oktober 2014**) Leer hoe slim gebruik van licht bewust en onbewust de koopknop van de consument prikkelt en daarmee dus een omzet verhogende werking heeft. Licht kan worden gebruikt om interactie, beleving en sfeer te creëren of de bezoeker te (ver)leiden

5. 14 november 2014 Tijdens deze les ontdek je hoe je met geluid waarde kunt toevoegen voor de klant in je winkel en hoe je geluid kunt gebruiken in je retailstyling en retailmerchandise. Dit betekent een focus op akoestiek, aangevuld met informatie over de inzet van geluid binnen retail

6. 28 november 2014 Geur kan je merk ondersteunen, de consument verleiden en hem langer in je winkel laten blijven. Een passende conceptgeur ontwikkelen is complex, maar zorgt ervoor dat je echt onderscheidend bent en op een heel diep niveau de koopknop van de klant kunt prikkelen.

7. 12 december 2014 De fysieke en digitale werelden zijn steeds minder te scheiden. Hoewel je internet met al zijn toepassingen kunt zien als massamedium, gaat het ook online om het aangaan van een één-op-één relatie met de klant. Hoe kun je je klant tijdens zijn journey ook digitaal volgen en inspireren? Heeft je online winkel dezelfde *brand* als je fysieke winkel?

8. 10 januari 2015 De deelnemer aan de mastercourse presenteert zijn/haar concept en de bijbehorende conceptkeuzes aan Carin Frijters en voor een jury van drie experts uit het retailvak.