

Inspiration corridor en mini-Coca-Cola

26-05-2014 06:56

Op social media kwamen afgelopen week onder meer minikiosken van Coca-Cola en een inspiration corridor in een Frans winkelcentrum voorbij.

Om zijn nieuwe miniblikjes onder de aandacht te brengen heeft [Coca-Cola](#) op meerdere locaties in Duitsland minikiosken geopend. De kiosken beschikten naast een kleine vending machine over de slogan 'It's the little things in life that make us happy'. De kiosken verkochten gemiddeld 380 blikjes per dag, 278 procent meer dan een reguliere verkoopautomaat.

In de wekelijkse Facebookrubriek 12x was afgelopen vrijdag aandacht voor [Diesel](#). Het Italiaanse kledingmerk levert niet alleen aan boetieks en warenhuizen, maar exploiteert ook mono brandstores verspreid over de hele wereld. Onder meer de winkels in Tokyo, Londen en New York dragen het predicaat vlaggenschip met verve.

Ook was er op Facebook aandacht voor minimalistische marketing van McDonald's, retailcity Parijs, augmented reality bij Pepsi en de eerste Bijenkorf City Café.

Op Pinterest was afgelopen week aandacht voor een Frans winkelcentrum dat shoppen personaliseert met behulp van een inspiration corridor. Het winkelend publiek ontvangt productsuggesties via onder meer een bodycan en iBeacons. Een klant die bijvoorbeeld zojuist een paar schoenen heeft aangeschaft en een iBeacons-punt passeert, ontvangt een notificatie op zijn smartphone. Het bericht laat weten dat de inspiration corridor kan helpen om bijpassende kleding te vinden bij de schoenen. [Bekijk een video waarin een shopper gebruikmaakt van deze technologie.](#)

Daarnaast laat een [infographic](#) de activiteit van Nederlandse foodlabels op Twitter zien. Van de Nederlandse merken heeft slechts een op de drie een account op het social media-kanaal, melden researchers. Ben & Jerry's stuurt de meeste tweets, heeft de hoogste pr-waarde en creëert de meeste buzz, blijkt uit een vergelijking tussen 55 foodmerken.

Verder onder meer een creatieve invulling van een store counter, een geanimeerde wand in een winkel van Nike en de bijenactie in een pop-up terras op het dak van de Amsterdamse Bijenkorf.

Volg RetailTrends Media op [Facebook](#) en [Pinterest](#).