

Ziengs lanceert nieuw winkelconcept

04-09-2014 06:02

Ziengs Schoenen opent vandaag in Zwolle en Veenendaal zijn eerste winkels volgens een nieuw concept. Daarmee komt de schoenenketen deels terug op het format ZiengsXP dat in 2012 werd gelanceerd, laat algemeen directeur Henk Ziengs van de schoenenketen weten aan RetailNews.

Onderdeel van ZiengsXP was onder meer de komst van interactieve touchscreens op de winkelvloer, waarop klanten en medewerkers producten kunnen bestellen. Deze screens zijn inmiddels in dertig vestigingen geplaatst en komen in de toekomst in alle winkels.

Ziengs komt echter terug op de vormgeving die toen werd geïntegreerd. Dat design was gestoeld op vrijetijdsbeleving en had bijvoorbeeld veel kartonnen en staalelementen, aldus de topman. "Daarmee kwamen onze schoenen echter niet super tot hun recht. In de nieuwe opzet zijn onze producten bijvoorbeeld veel beter belicht en zien ze er daardoor mooier uit."

De winkel en etalage in de flagshipstore in Zwolle wordt daarnaast onder meer voorzien van digital signing, waarop boodschappen worden getoond. Beide winkels worden uitgerust met een servicepunt, waar medewerkers klanten extra service kunnen bieden, door bijvoorbeeld hun schoenen te poetsen. Het winkelpersoneel ondergaat trainingen, zodat ze 'met meer vakkennis en sterretjes in hun ogen klanten helpen', zegt Ziengs.

Ziengs-winkels moeten hiermee boven de middenmaat uitstijgen, stelt hij. "Tegelijkertijd willen we onze historie niet uit het oog verliezen. Daarom hebben we bijvoorbeeld in onze vernieuwde winkels weer tapijt neergelegd, zoals we dat al twintig jaar doen."

Het nieuwe concept wordt ook verwerkt in de schoenendozen, die een metamorfose ondergaan. "Een bezoek aan Ziengs moet in alle opzichten leuker en aantrekkelijker zijn. Voor ons private label Linea Zèta is de restyling van de dozen al afgerond."

Voor het nieuwe concept heeft de schoenenketen veel gekeken naar buitenlandse retailers, zegt hij. "Met name de Britse keten Schuh en Aldo uit Canada zien wij als goede voorbeelden." Ziengs wil net als deze retailers goed communiceren naar klanten, aldus de topman. "Wat we bijvoorbeeld van hen hebben geleerd is om bijpassende productgroepen meer bij elkaar te presenteren, zodat het aankoopproces gemakkelijker wordt. Bovendien is het niet erg om veel producten te tonen. Nederlanders houden nu eenmaal van snuffelen."

De komende weken wordt bepaald in welke vestigingen het nieuwe concept verder wordt uitgerold. "Volgend voorjaar worden in elk geval minimaal vier winkels van dit concept voorzien. We voeren dergelijke wijzigingen altijd aan het begin en einde van het verkoopseizoen door, om omzetverlies te beperken."

Daarnaast lanceert Ziengs in oktober een vernieuwde website met meer gebruiksmogelijkheden. "We willen de online omgeving meer op één lijn brengen met de fysieke winkels. Als ik ceo Krein Bons van VanHaren Schoenen mag citeren: 'Online en offline bestaan niet, online wel'."

Ziengs Schoenen beschikt over 77 gelijknamige winkels, elf brandstores van Ecco en drie Tamaris Stores. "We werken toe naar de vierde en vijfde vestiging van Tamaris", zegt Ziengs. Ook voor de Ziengs-formule Topmerk Schoenen (TMS) met zestien winkels zint de retailer op nieuwe mogelijkheden. "We zetten eind van dit jaar een nieuw concept voor TMS in de markt." Over de ontwikkelingen bij zowel Tamaris als TMS en de webshop doet hij verder nog geen uitspraken.