# Zes tips voor een optimale winkelervaring

04-11-2014 11:18

Een positieve winkelbeleving is van groot belang voor de retailverkoop. Onder druk van sociale en technologische ontwikkelingen, zoals online shoppen, hebben winkeliers veel veranderingen doorgevoerd om aan de wensen van de consument te voldoen. Hoe breng je nu die beleving waar de online winkel niet tegenop kan? Claude Nahon geeft zes tips.

**1. Wat is het DNA van uw merk?**
Voordat we over technische oplossingen gaan praten is het van belang goed in kaart te brengen waar uw merk voor staat en wat u wilt bereiken. Bevindt u zich in een hoog of juist een lager segment? Is uw merk authentiek of juist innovatief? Welke beleving wilt u de klant meegeven? Als u dit goed in kaart hebt gebracht kunt u de juiste technologische middelen zoeken om de winkelbeleving te verrijken. Dat hoeven echt niet altijd de duurste oplossingen te zijn. Augmented reality en magic mirror systemen zijn prachtig, maar in veel gevallen zorgt de juiste muziek al voor een positievere winkelbeleving. Technologie is een middel, nooit het doel.

**2. Bring your own device**
Consumententechnologie ontwikkelt zich vaak veel sneller dan de apparatuur in uw winkel. Om te voorkomen dat u technisch achterloopt kunt u ervoor zorgen dat u het gebruik van de apparatuur van de consument faciliteert. Denk aan gratis WIFI en de inzet van sociale media zodat klanten direct en gemakkelijk content kunnen delen. Prikkel de consument om uw boodschap te delen op Facebook of Instagram. U kunt zelfs systemen plaatsen waarmee gerichte, persoonlijke marketing naar de smartphone van de consument verzonden kan worden tijdens het winkelen!

**3. Vergeet de basis niet**
Technologische hulpmiddelen kunnen van grote toegevoegde waarde zijn. Maar als uw klant niet gewoon snel kan betalen of om informatie kan vragen dan wekt dat irritaties op. Gebruikt u tablets of touch systemen voor het afrekenen? Zorg dan dat ze intuïtief en gemakkelijk te bedienen zijn.

**4. Don’t stop the music**
Muziek heeft een diepgaande invloed op hoe we ons voelen en gedragen. In winkels blijkt die invloed al even sterk. Zo blijkt dat langzame muziek ervoor zorgt dat consumenten vijftien procent langer in de winkel blijven hangen. Uit onderzoek is ook gebleken dat de juiste muziek de omzet van een winkel kan verhogen met wel dertig procent! Wellicht heeft de filiaalmanager het liefst hitradio aan staan, maar dan loopt u het risico dat de commercials van uw concurrent te horen zijn in uw winkel. Bovendien heeft u daarmee geen enkele invloed op het format. Een eigen „branded” afspeellijst is veel effectiever en stelt u in staat uw merkwaarden ook in de muziek te communiceren. U kunt de muziek dan ook aanpassen aan het moment van de dag. Op vrijdagavond vinden klanten het vast prettiger om andere muziek te horen dan op zaterdagochtend.

**5. Een omnichannel aanpak**
Bij het ontwerpen van de perfecte winkelomgeving is het van belang ook uw online kanalen mee te nemen. Breng bijvoorbeeld uw webshop middels tablets de fysieke winkel in. Zo hoeft u de klant nooit meer 'nee' te verkopen als iets uit voorraad is. Alle kanalen ontwerpt u natuurlijk zo dat ze naadloos op elkaar aansluiten.

**6. Prikkel de zintuigen**
De juiste instore media prikkelen de zintuigen op een passende en positieve manier. Stem muziek, geur, beeld en interactie op elkaar af. De verschillende instore media zullen elkaars effect daarmee drastisch versterken. Hoezeer het winkelen de afgelopen jaren ook veranderd is, wat blijft is de kracht van een positieve beleving. Daar kan geen webshop tegenop!

**Claude Nahon**
Mood Media Europa