

Hoe de nieuwste IKEA wordt ingericht

22-12-2014 12:36

Het nieuwste filiaal van IKEA in ons land wordt een internationale pilotwinkel. Zo is onder meer de klassieke indeling van de Zweedse woonwinkelketen in Zwolle op de schop gegaan. RetailWatching kreeg twee maanden voor de officiële opening een rondleiding van storemanager Sandra Schouten.

Klanten van IKEA shoppen altijd van boven naar beneden. De entree bevindt zich op de eerste verdieping, de uitgang op de begane grond. Boven is de showroom, terwijl een etage lager plek is voor de zogenoemde markethall met alle woninginrichtingartikelen. In Zwolle pakken ze het anders aan, met de eerste accessoires al op de eerste verdieping om de twee afdelingen meer met elkaar te verbinden. “De ruimte tussen de showroom en de accessoires wordt een echt trafficgebied”, verwacht Schouten. “Daarom proberen we daar zo relevant en aantrekkelijk mogelijk te zijn met de nieuwste inspirerende producten. Daarnaast brengen we er ons loyaliteitsprogramma IKEA Family onder de aandacht.”

De verhuizing van de markethall heeft als gevolg dat de winkelkarren al op de eerste verdieping moeten staan. Daarvoor introduceerde de retailer in Groningen al een speciale band die de karren naar beneden brengt terwijl de 'eigenaar' op de roltrap staat. In Zwolle wordt die band al weken voor de opening uitvoerig getest. De roltrap werkt nog niet. "We hebben nu de tijd om alle kinderziektes te ontdekken", legt Schouten uit. Ook de enige vrachtlift wordt aan de nodige proeven onderworpen. "Dat zijn spannende systemen die niet mogen storen als we straks open zijn."

Showroom

Voordat de klant bij de roltrap komt is hij de showroom en restaurant al gepasseerd. Althans, als hij niet een andere route heeft genomen. In de relatief kleine IKEA-vestiging zijn namelijk kortere routes uitgestippeld, die klanten desgewenst kunnen nemen. Routes die hen tevens een gevarieerd aanbod voorschotelen, benadrukt Schouten. Klanten die door de showroom lopen ontkomen in ieder geval niet aan de 'first five' van IKEA. "Daar geven we een dwarsdoorsnede van de winkel op het gebied van stijlen, prijsklassen en doelgroepen. Vijf opstellingen die hen een goede indruk moeten geven van de resterende winkel."

Voor de oplossingen die in Zwolle worden gepresenteerd heeft de retailer goed gekeken naar hoe de mensen in de directe omgeving wonen, zegt interior design leader Rob Kiers. Zo trof IKEA veel bijkeukens aan, waar daarom in de winkel extra aandacht aan wordt besteed. "De klant zal ook andere problemen zoals schuine daken in de winkel herkennen. Daarnaast willen we hem laten dromen door bijvoorbeeld een keukeneiland te laten zien. We bieden oplossingen in drie stijlen: modern, traditioneel en Scandinavisch, naar onze Zweedse roots."

Op de eerste verdieping vinden klanten alle 'core area's': de belangrijkste leefgebieden in zijn huis. Daarvan is de slaapkamer afdeling volgens Schouten qua omzet het belangrijkste voor de retailer. "Daar heeft IKEA het vertrouwen weten te winnen in de markt. De grote vraag is of ons dat ook in Zwolle gaat lukken."

Markethall

Via het restaurant en het trafficgebied komen klanten in de markethall, waar veel schappen al twee maanden voor de opening zijn gevuld. "Waar het in de showroom draait om meubels, draait het hier om de accessoires", vertelt visual merchandise leader Johan Spierenburg. Hij probeert het publiek te verrassen door in te spelen op de seizoenen, nieuwe inspirerende producten te tonen en met oplossingen op het gebied van woninginrichting te komen. Het moeilijkste aspect van de inrichting is volgens hem de planning van de breedte en diepte van het aanbod. "Klanten moeten alle producten makkelijk terugvinden, terwijl we rekening dienen te houden met alle logistieke stromen."

De winkel in Zwolle is bij opening de meest duurzame van IKEA in ons land. En misschien wel de meest duurzame winkel van heel Nederland. "Al kan ik dat niet met zekerheid zeggen", zegt Schouten. De 5.500 zonnepanelen en negen windmolens op het dak produceren jaarlijks achthonderd megawattuur en daarmee een substantieel deel van het totale energieverbruik van de winkel. Verder beschikt het filiaal over LED-armaturen, schuifdeuren, een eigen warmte- en koudeopslag en oplaadpalen voor auto's. "Ook wordt al het vocht aan het afval onttrokken, zodat we het pakketje zo compact mogelijk kunnen aanbieden." Al deze inspanningen passen bij de duurzaamheidsstrategie People & Planet Positive, dat twee jaar terug werd gelanceerd. "In 2020 wil IKEA als groep meer energie opwekken dan verbruiken."

Een preview van IKEA Zwolle: