

VanHaren introduceert Facebook op etalage

23-12-2014 10:40

Passanten kunnen via de etalage van de schoenenwinkel van vanHaren in Breda een Facebookgame spelen. Tot eind december kunnen voorbijgangers hiermee prijzen winnen.

VanHaren heeft met 92 duizend volgers een grote fanbase op Facebook en wil de sociale interactie van online naar de fysieke winkels doortrekken. Daarnaast hoopt de schoenenketen de stopkracht voor passanten te vergroten. Met de interactieve etalage laat vanHaren voorbijgangers ook zien dat zij op elk moment zowel online als offline kunnen communiceren met het merk. Consumenten denken volgens directeur Krein Bons niet in kanalen maar in merken. "Het is dan ook belangrijk dat de consument op elk moment zowel online als offline moeiteloos kan schakelen in het contact met vanHaren."

De winkelruit is ontwikkeld in samenwerking met het Amsterdamse reclamebureau Tafel15. Eerder dit jaar testte de schoenenretailer al het gebruik van speakers in de etalages van zijn flagshipstores in Amsterdam en Breda. Daardoor was zowel binnen als buiten een reclameboodschap of muziek van vanHaren te horen.