

'Communities vormen de toekomst van retail'

20-05-2015 07:48

Retailers die beleving willen bieden, moeten met hun formule een klantcommunity opbouwen. Daarin ligt de toekomst voor de retailbranche, zegt Gerben Gerritsen, head of sales and marketing Europe van Rapha Cycle Club in het meinummer van RetailTrends.

De Britse formule Rapha Cycle Club opende onlangs in Amsterdam zijn eerste winkel op het Europese vasteland. De vestigingen van het concept zijn vooral ontmoetingsplekken voor wielrenners, schetst Gerritsen. Zo kijken klanten er gezamenlijk naar grote wielervedstrijden. En wie zich online aanmeldt voor de Rapha Cycle Club wordt onderdeel van een wielergemeenschap. Voor 250 euro per jaar bezoeken leden exclusieve evenementen en hebben ze toegang tot een besloten online forum. Daarnaast kunnen ze in elke vestiging ter wereld een fiets lenen die is afgesteld op hun maten. "De club is begin 2015 opgericht en we hebben wereldwijd al circa tweeduizend leden."

Door klanten onderdeel te maken van een community kunnen retailers hen beleving bieden, aldus Gerritsen. "Klanten moeten ervaren welke oplossingen de producten bieden en onderdeel worden van het verhaal", schetst hij. "Een fietsenwinkel redt het niet meer door alleen een aantal fietsbroeken van tachtig of honderd euro neer te leggen."

In het meinummer van RetailTrends gaat Gerben Gerritsen verder in op de strategie van Rapha Cycle Club en de wijze waarop de retailer zijn community onderhoudt. Ook de toekomstplannen komen aan bod. "Rapha is een werelds merk, dus we willen overal aanwezig zijn." Het meinummer van RetailTrends verscheen met RetailTrends 3. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.