

Pionieren met interieur én technologie

11-09-2015 08:42

Als het aan retailgoeroe Cor Molenaar ligt, is dit de winkel van de toekomst. Van Westen opende vorige maand in het Zeeuwse Zaamslag zijn gerestylede mannenmodezaak. Voorzien van een nieuw interieur en de nieuwste snufjes op technologisch gebied.

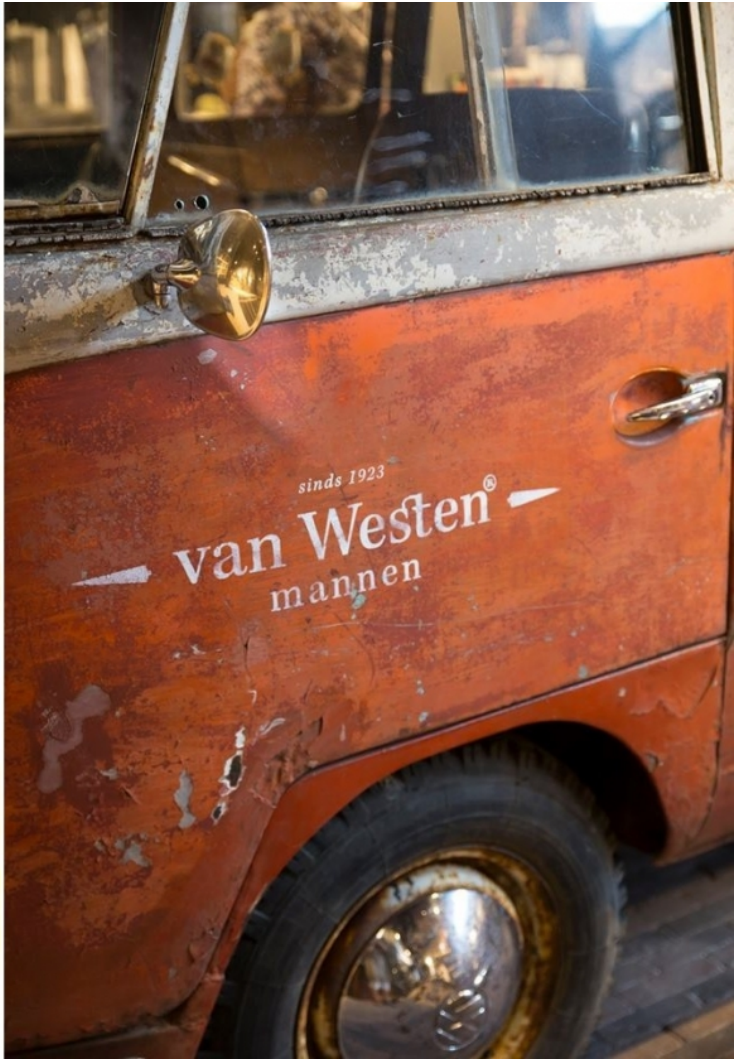


Het was ook Molenaar die de winkel officieel opende met de tweet: #vanwestenmannen is nu geopend. Expres met die hashtag, omdat de online uitingen van klanten met #vanwestenmannen worden gepresenteerd op een groot scherm in de winkel. Hiermee zetten we klanten in de aandacht, geven we hen een podium en zijn we tevens op de hoogte van hun bevindingen, aldus mede-eigenaar Johan van Westen.





Er zijn volgens Van Westen – een heleboel technologische mogelijkheden ingevoerd –, die de modewinkel voorheen nooit had. Daarvoor deed het bedrijf een beroep op fashionsoftware-bedrijf ACA. Technologie speelde een hele belangrijke rol in de totstandkoming van de vernieuwde winkel, aldus de mede-eigenaar. – Het was voor ons een grote stap, maar iemand zei ons: – Ik weet niet of je te vroeg kunt zijn, maar je kunt wel te laat zijn –.





Het grote scherm met posts van social media is niet het enige scherm in de winkel. Zo heeft de klant via een touchscreen in de winkel toegang tot de volledige collectie van merken als PME Legend, Profuomo, State of Art en Ledub. Dat is mogelijk door een connectie met Stockbase, het platform waarmee multibrandverkopers willen opboksen tegen 'de verticale kracht van de grote monobrandketens'. Het stelt modeleveranciers in staat hun voorraad beschikbaar te stellen aan de webshops en apps van de retailers. Daar kunnen de retailers ook in de winkel weer gebruik van maken, vertelde commercieel directeur Stephan Blik van mede-initiator Divide [eerder al op RetailWatching](#).



Online zijn dus meer producten zichtbaar dan in de fysieke winkel. •••De winkel en webshop vullen elkaar aan•••, aldus Van Westen. •••Wat je online bestelt, kan worden thuisbezorgd, maar je kunt het ook in de winkel afhalen. Artikelen die je in de winkel via het touchscreen bestelt, kun je ter plaatse afrekenen en thuis ontvangen. •••Het is volgens hem ••• van de voordelen van omnichannel.



Eén van de naar eigen zeggen technologische hoogstandjes is de loyalty-app. Die is namelijk gekoppeld aan beacontechnologie, waardoor er directe communicatie mogelijk is met consumenten die binnen het bereik van de zenders komen. Het is tevens mogelijk om naast aankopen, ook het gedrag van de klanten te belonen met loyalty-punten, aldus de mede-eigenaar.

