

28-09-2015 19:27

A modern interior space, likely a museum or gallery, featuring a white paneled wall. The wall is composed of a grid of white rectangular panels. Interspersed within this grid are several recessed rectangular shelves with a deep red interior. These shelves display various items: a pair of black sneakers, a framed comic book illustration of a character in a red and white costume, a pair of white sneakers, a pair of brown shoes, a pair of white shoes, a small television set, and a pair of brown shoes. A staircase with a dark wooden railing and light-colored wooden steps is visible in the foreground, leading down from the right side of the frame. The floor is made of light-colored wood.

De winkels van Sacha hebben de afgelopen twaalf jaar geen grote veranderingen doorgebracht. De taart in de schoenenmarkt wordt tegenwoordig echter anders verdeeld, vertelt Termeer. "We willen graag zelf een stukje blijven mee-eten. Dat betekent dat je het waard moet zijn om bezocht te worden";



Om de merkbeleving in de winkel naar een "nieuw niveau" te tillen, is onder meer gekozen voor hoogwaardige materialen en het nieuwste op het gebied van narrowcasting en licht. Zo hoeven klanten niet langer naar buiten om te kijken welke kleur een schoen echt heeft, vertelt winkelmanager Beya Sert. "De belichting in de winkel komt voor 99 procent overeen met het licht buiten";



Sert en zijn collega's worden binnenkort uitgerust met een tablet, om klanten beter van dienst te kunnen zijn. Zo kunnen ze schoenen direct vanuit de webshop naar hun thuisadres versturen. Ook gaan ze gebruikmaken van pinterminals, zodat afrekenen aan de balie overbodig wordt.





Verder hoeven medewerkers niet langer direct naar het magazijn te lopen, als klanten schoenen willen passen. In dat geval kunnen ze een deurtje achter de schoen openen om de gewenste maat te pakken. In het magazijn liggen alleen nog linkerschoenen. Op de mannenafdeling zijn zelfs alle schoenen, inclusief doos, naar de winkelvloer gebracht zodat medewerkers niet meer “naar achter” hoeven. “Mannen willen graag nog wat sneller shoppen dan vrouwen”, legt Sert uit.



De gecreëerde winkelomgeving maakt het mogelijk om schoenen in een hogere prijsklasse neer te zetten, aldus Termeer. Waar het vorige concept vooral jongeren aantrok, moeten nu zowel jong en oud zich prettig voelen. Met onze producten richten we ons altijd al op een bredere doelgroep, maar nu sluit ook de winkelomgeving daar beter bij aan.





Het nieuwe concept wordt in eerste instantie uitgerold naar Brussel en Antwerpen, locaties die volgens de Sacha-directeur dezelfde grandeur hebben als de Leidsestraat. Vervolgens gaat het schoenmerk het concept doorvertalen naar kleinere filialen, zonder daarbij afscheid te willen nemen van de hoogwaardigheid. Hoe lang Sacha erover doet om alle vestigingen in binnen- en buitenland te vernieuwen, kan Termeer niet zeggen. â&#128;&#156;We bouwen van eigen middelen en lenen geen geld lenen voor de investering. De snelheid van het uitrollen is dan ook vooral een bedrijfseconomische beslissing.â&#128;&#157;



Nadat enkele jaren terug al een nieuw logistiek centrum in gebruik werd genomen, geldt dit concept als de tweede grote vernieuwing voor Sacha. De derde en laatste pijler achter de organisatie wordt eind oktober vernieuwd; dan gaat Sacha over op een nieuw IT-platform. Dat zorgt niet alleen voor een nieuwe webwinkel, maar ook voor grotere online ambities. â&#128;&#156;We willen ook online zijn daar waar we niet fysiek aanwezig zijn.â&#128;&#157;

