

Hoe Blokker weer de koning van het huishouden wordt

24-03-2016 10:56

Door Roderik Visser

Retailmarketeer bij [Roderik Retail Strategy & Concept](#)

Als retail liefhebber, strateeg en concepter blijf ik mij verbazen over de gemiste kansen in onze winkelstraten. Uiteraard heb ik als vakidoot ideeën hoe het wel moet en kan. Daarom help ik bedrijven als inspirator en interim marketeer innoveren vanuit hun oerkracht. En deel ik graag mijn ideeën voor meer gezellig drukke winkelstraten.

Want we willen niet ook Blokker kwijt, toch? De nieuwe formule-uitstraling laat de kracht van Blokker niet spreken en de omzet blijft dalende. Het is namelijk naar hun huidige pay-off; inderdaad fijn dat ze er zijn. Ook al hoor je dat niet over jezelf te zeggen. Er spreekt veel interne frustratie uit.



De winkelketen heeft nog alle potentie. Daarom moet Blokker weer de koning van ons huishouden worden. Ons met raad en daad bijstaan in de strijd tegen de vervuiling en verslonzing. Blokker moet dan ook alles hebben, wat het huishouden betreft van product, advies tot en met inspiratie. Bij Blokker grijp je nooit mis dankzij een longtailstrategie. En gebruiksartikelen neem je ook zo mee uit de winkels waar veel luxe artikelen worden geschouwd en gemakkelijk online te bestellen zijn. Natuurlijk alles tegen de scherpste prijs. Daar is Blokker immers groot mee geworden.

De Blokker van de toekomst speelt in op convenience en op experience. Een uitgekende combinatie van dat waar mensen behoefte aan hebben en dat wat mensen verleidt en betrokken maakt. Blokker doet dit met dagelijkse huishoudbeursdemo's. Natuurlijk verzorgd en betaald door de

merken die snakken naar direct contact met consumenten om hun producten nog beter te laten aansluiten op de behoefte. Denk je aan de Huishoudbeurs, dan denk je aan Blokker.



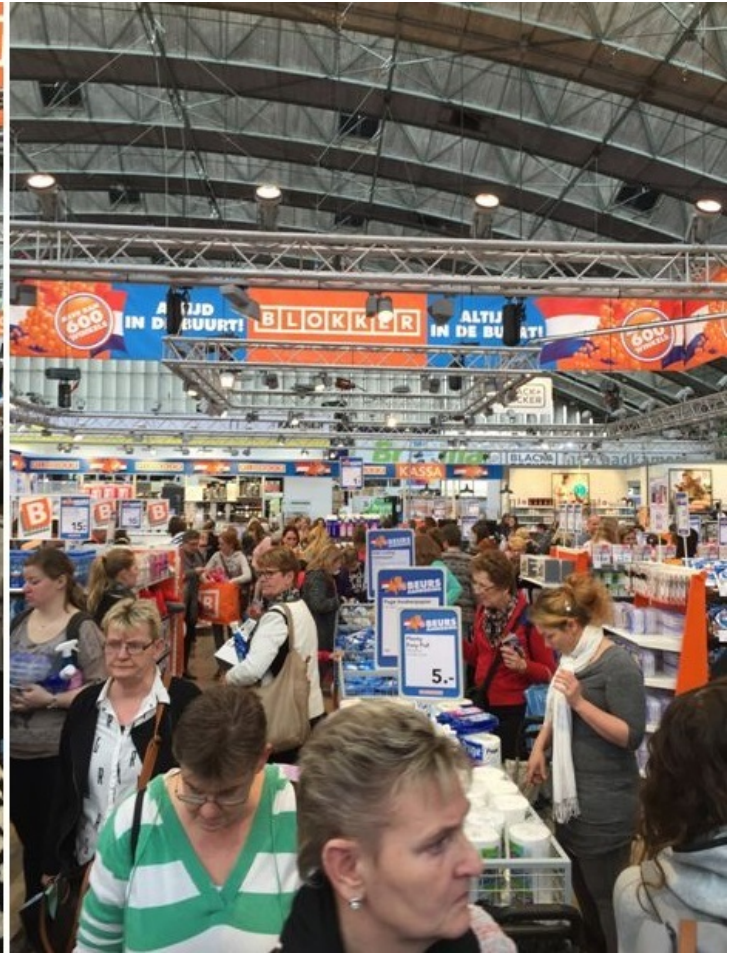
In de winkels pakken we de gedefinieerde werelden aan. Die maken we eenduidiger, door niet twee, maar slechts één woord te gebruiken. Want Blokker maakt het leven makkelijker. Dus niet Eten & Tafelen maar gewoon Tafelen; Blokker verkoopt helemaal geen eten. De benaming van de werelden in de winkel en online komen dan ook overeen.



Die website gaat sowieso op de schop. We voegen er per wereld inspirerende interactieve landingpages aan toe. Die zorgen voor meer traffic en conversie, dankzij de handige tips en instructievideo's van merken en consumenten. Natuurlijk is er ook een landingpage voor vraag en aanbod van interieurverzorg(st)ers, inclusief reviews per regio. Nederland wordt weer fris en schoon!

Een digital wall in de winkel, met het laatste nieuws/fashion op huishoudgebied, bevestigt de autoriteit van Blokker. Dit allemaal gevoed vanuit het Blokker YouTube-kanaal. Het Blokkerpanel, bestaande uit prominenten op huishoudgebied, benoemt en viert maandelijks de Tip en Tipgever van de week.

Met Blokker-sterren geeft het publiek online zijn mening over diverse producten. Die zien we in de winkel langskomen op de digital wall, net als de Vraag maar Raak-column.



En vergeet de Blokker huishoudschool niet: die vult een gat in de markt en bevestigt wederom Blokkers autoriteit. Huishouden en schoonmaken wordt weer leuk. Dat gaat heel Nederland zien, want de Bijdehante Blokker Bus toert door het hele land.

Om de scherpe prijs te onderstrepen doet Blokker aan ouderwets â€˜hopen doen verkopenâ€™ middels partijverkoop op pallets en piramides. Weg met die kleine, niet overtuigende actiemandjes, zowel in de winkel als online. Blokker heeft het!