

Binnenkijken bij de Nieuwste Blokker

18-04-2016 09:44

Blokker geeft 450 winkels een compleet nieuwe uitstraling, zowel van binnen als van buiten. Het filiaal aan de Amsterdamse Bilderijkstraat mocht vrijdag aftrappen met het nieuwe concept, nog deze maand volgen zes andere vestigingen. De Nieuwste Blokker moet eigentijds, verrassend en vernieuwend zijn. Iedere werkdag komt er de komende twee jaar een winkel volgens de nieuwe formule bij.

Het nieuwe concept moet rust uitstralen, met veel grijs- en wit en een duidelijke indeling die meer aandacht vestigt op de verschillende productgroepen. Blokker introduceert nieuwe assortimenten, zoals bed & bad en een eigen huismerk. Verder krijgen koken, bakken en tafelen meer aandacht.





De merken zijn goed zichtbaar in de Nieuwste Blokker. De retailer focust zich volledig op 'van je huis een thuis maken' en stopt met productcategorieën die daar niets mee te maken hebben.





Online en omnichannel krijgen een grotere rol in het vernieuwde Blokker. Dat blijkt al uit het nieuwe logo, met een oranje punt achter de formulenaam om de rol van de webshop te benadrukken. Verder krijgt iedere nieuwe winkel de Kiosk, de combinatie van een afhaalservice voor de webshop en digitale schermen om producten die niet op voorraad zijn direct online te bestellen. Online biedt Blokker 35 duizend extra producten bovenop de vijfduizend in de winkel





Als extra toevoeging aan de vernieuwingsslag zou een mediatrainer voor algemeen directeur Rob Heesen misschien een goed idee zijn, gonsde het de afgelopen dagen op social media. De aanleiding is de toelichting die Heesen op de reorganisatie gaf bij NOS op 3.