

Online en offline promotie voor de retailbranche, dat werkt!

21-07-2016 10:19



De retailbranche in Nederland verkeert in zwaar weer. De afgelopen jaren zijn een aantal gerenommeerde retailketens omgevallen en veel van hun medewerkers zijn hun baan kwijtgeraakt. In onze stadscentra zien we meer en meer [leegstaande winkelpanden](#). Een veelgehoorde smoes - want dat is het - is dat de concurrentie met online retailers te zwaar geworden is. Hier zit wel enige waarheid in, zoals ook in de constatering dat teruglopende omzetten niet hebben geleid tot een neerwaartse spiraal in huurprijzen voor winkelpanden.

Aandacht en creativiteit zijn de sleutel

Toch heeft recent [onderzoek](#) aangetoond dat fysieke winkels nog steeds druk bezocht worden. De consument van nu koopt wel steeds meer online, maar de persoonlijke aandacht van een retailer en het feit dat hij zijn producten kan zien en voelen, zorgen ervoor dat er altijd een plek blijft voor fysieke winkels. Waarin onderscheiden de overlevers zich van de [recent overleden ketens](#)? Zou het te maken kunnen hebben met persoonlijke aandacht? Of een combinatie van offline en online marketingtools die elkaar versterken? Wellicht het wel of niet hebben van creatieve promotiecampagnes?

Een aantal voorbeelden

Voor uw dagelijkse boodschappen heeft u de keuze uit diverse [supermarktketens](#). Maar als Albert Heijn een educatief boek uitgeeft waar uw kinderen hun dinoplaatjes in kwijt kunnen, voelt u zich haast verplicht om daar uw boodschappen te doen.

De retailer Only for Men heeft een mooi assortiment herenkleding, maar snapt heel goed dat echtgenotes en vriendinnen vaak medebeslissers zijn, als ze al niet het volledige heft in handen hebben. Events als Dress your partner, waarbij de dames hun mannen in het nieuw steken, zijn zeer succesvol gebleken en hebben een

aanzienlijke rendementsverhoging tot gevolg gehad.

Wilt u als retailer op positieve wijze opvallen, geeft u uw klanten dan een premium bij herhalingsaankopen en organiseert u events waarbij u uw klanten ideeën geeft hoe ze uw producten op wellicht nieuwe manieren kunnen gebruiken. Nodig uw trouwe online klanten hiervoor uit met een persoonlijke brief, voorzien van uw [traditionele visitekaartje](#), zoals u die kunt laten drukken bij een online drukkerij als Flyeralarm.

Promotie voor de retailbranche, eigenlijk werkt het heel eenvoudig.