

Intertoys zoekt balans tussen beleving en commercie

03-11-2016 13:56



Intertoys meet in zijn proefwinkels zowel het rendement als de 'glimlach per vierkante meter'. "Het is aan ons om de juiste balans te vinden tussen spelen en speelgoed en beleving en commercie", zegt formule- en marketingdirecteur Saskia Bax op [RetailWatching](#).

De speelgoedketen heeft voor zijn nieuwe concept gesneden in het productaanbod om meer ruimte voor beleving te creëren. De eerste proefwinkel in Leerdam is uitgerust met meetapparatuur die werkt met smileys, waarmee kinderen op verschillende vragen antwoord kunnen geven. "We vragen ze bijvoorbeeld of ze het een leuke winkel vinden, of ze goed geholpen zijn en of ze alles kunnen vinden. Datzelfde systeem introduceren we ook in een aantal schaduwinkels, om de resultaten met elkaar te kunnen vergelijken", aldus Bax.

Verder wordt ook de performance van de winkel gemeten, zoals de omzet en winstgevendheid. "We rekenen erop dat het concept tot meer traffic en conversie en dus beter renderende winkels leidt."

Intertoys verwacht dat het nieuwe concept ook een positieve bijdrage levert aan de online omzet. In Leerdam staan vier kiosken die zorgen voor de koppeling met de webshop, waar het volledige assortiment beschikbaar is. Het kan volgens Bax voorkomen dat de winkel een product wel heeft uitgestald zodat kinderen het bijvoorbeeld kunnen uitproberen, maar niet op voorraad heeft. "Ons personeel is zo getraind dat ze kunnen helpen om het product online te bestellen, waarna het de volgende dag wordt thuisbezorgd."

Lees het volledige interview met Saskia Bax op [RetailWatching](#).