

Advertorial: Een verbeterde winkelprestatie dankzij aangepaste verlichting

18-01-2018 09:00



Wie zijn klanten beleving wil bieden, zal vroeg of laat uitkomen op het thema verlichting. Veel meer dan conventionele verlichting biedt LED-verlichting de mogelijkheid om op de winkelvloer te spelen met licht en met donker, met kleurtemperatuur en met lichtintensiteit. Retailers kunnen hiermee op subtiele wijze verschillende accenten leggen in hun winkels. Dankzij de nieuwste ontwikkelingen en trends op het gebied van verlichting kunnen we de consumenten steeds beter begeleiden tijdens het winkelen, zelfs via hun smartphone.

Klanten prikkelen

Winkelgedrag en de uiteindelijke keuze van klanten worden bepaald door een combinatie van waarneming en emotionele respons; het is daarom belangrijk dat een winkelomgeving meerdere zintuigen aanspreekt. En verlichting speelt daarbij een belangrijke rol. Bij de exclusieve herenmodezaak Eral 55 in Milaan, wordt ernaar gestreefd om met behulp van dynamische verlichting de inhoud, de bewegingen en de kleuren in de etalage perfect te laten samenwerken om de juiste beleving te bieden. Met resultaat, want op werkdagen stopten er maar liefst elf procent meer mensen voor de etalage. Een andere testcase bij supermarkt Globus, een Duitse retailer, toont aan **dat de aanpassing van het lichtplan boven promotie-eilanden heeft geleid tot 13 procent meer traffic en 7 procent meer omzet**. Meer dan genoeg bewijs dat licht direct invloed heeft op de winkelprestatie.

Ombouw versnellen

Dat met de juiste LED-verlichting meer omzetkansen gegenereerd kunnen worden, is slechts de helft van het verhaal. De andere helft is dat LED-verlichting bovendien leidt tot een flink lagere energierekening, zonder dat

daar een eerste investering aan vooraf hoeft te gaan. **Met Light as a Service (LaaS) betalen klanten immers niet langer voor lampen, alleen nog maar voor licht.** Voor een vast bedrag per maand worden het lichtplan, de montage en het onderhoud van de LED-verlichting verzorgd waardoor de retailers dus volledig ontzorgd worden.

Voor meer informatie over Light as a Service voor retail: www.philips.nl/geldverdienen

Locatie-gebonden informatie

Retailers zijn voortdurend op zoek naar manieren om klanten een onbelemmerde winkelervaring aan te bieden: één die vlot en inspirerend is en naadloos handige onlinebronnen en mobiele apps integreert.

MediaMarktSaturn, Europees marktleider in consumentenelektronica, speelt actief in op deze trend met de integratie van een eigen StoreGuide app met het Philips Indoor positioning systeem (IPS). Via Visible Light Communication verstuurt elk LED-armatuur een unieke identificatiecode naar de smartphone van klanten, waardoor hun locatie hyper-nauwkeurig bepaald kan worden. Klanten ontvangen dan gebaseerd op hun positie in de winkel real time, locatiegebonden informatie op hun StoreGuide app over specifieke producten en aantrekkelijke aanbiedingen. Voor retailers een zinvolle manier om online hun klanten te benaderen en door middel van analyse van positiegegevens de marketingimpact te meten en de winkelactiviteiten permanent te evalueren.

Voor meer informatie over Indoor positioning: www.lighting.philips.nl/systemen/connected-lighting/indoor-positioning