

Pearle herpositioneert: 'De markt staat onder druk'

15-11-2018 16:27



Pearle wil zijn brillenwinkels toegankelijker en laagdrempeliger maken. “We willen geen medische omgeving creëren”, zegt retaildirecteur Peter van der Meer tegenover [RetailTrends](#).

De brillenmarkt staat onder druk, mede door alle nieuwe spelers die erbij zijn gekomen, ziet Van der Meer. “Dat maakt het des te belangrijker dat je duidelijk kunt maken wie je bent en waar je voor staat.” Naast meer toegankelijkheid, moet Pearle dat volgens hem doen door duidelijk te maken 'oprecht verstand van oogzorg' te hebben. De nieuwe benadering wordt getest in een pilotstore in Hoog Catharijne, die een transparantere look heeft gekregen waar klanten het proces van het slijpen en bijstellen van een bril van dichtbij kunnen meemaken.

Een concreet doel met het nieuwe winkelconcept, bijvoorbeeld op het gebied van klantbezoeken of omzetontwikkeling, is er niet. “De insteek is met name om de customer journey heel scherp te krijgen, te kijken wat werkt en elementen uit te rollen naar onze andere 320 winkels”, zegt Van der Meer. Dat het concept als geheel de bestaande vestigingen gaat vervangen, is ook niet uitgesloten. “Het kan dat we hiermee de nieuwe norm in optiekland neerzetten, maar ook dat we alleen quick wins implementeren in de bestaande vestigingen.”

Het concept is ontwikkeld in samenwerking met moederconcern GrandVision, in eerste instantie gericht op de Nederlandse markt. “Hier willen we eerst veel leren van klantreacties”, zegt Van der Meer. “Maar mogelijk

willen we onze ervaringen later ook inzetten in andere landen.”

Lees op [RetailTrends](#) meer over de blik van Pearle op de toekomst.