

Intratuin komt met loyaliteitsprogramma en bestelzuilen

09-04-2019 08:50



Intratuin wil zijn nieuwe 3.0-winkelconcept inzetten om 'de fysieke en digitale wereld bij elkaar te brengen'. Daartoe introduceert de tuincentrumketen onder meer een loyaliteitsprogramma en webzuilen in de winkels, vertelt directeur Peter Paul Kleinbussink in het aprilnummer van RetailTrends.

Intratuin herlanceerde in de zomer van 2017 zijn webwinkel, nadat een eerste e-commercepoging in 2012 volgens Kleinbussink 'totaal mislukt' was. Inmiddels boekt de webshop volgens hem aanmerkelijk meer succes. "De volgende stap zijn instore kiosken, waar klanten samen met medewerkers producten die niet voorradig zijn kunnen bestellen." Een pilot daarmee begint dit najaar waarschijnlijk in Deventer, waar het nieuwe winkelconcept begin vorige maand debuteerde.

Om te meten in hoeverre het bij elkaar brengen van fysiek en digitaal lukt, lanceert Intratuin deze zomer een loyaliteitsprogramma, zodat het koopgedrag van klanten te volgen is. Tegelijkertijd blijft de fysieke winkel het belangrijkste kanaal, zegt Kleinbussink. "Dat is onze herkomst, waar we sterk in zijn én waar het geld verdiend wordt."

De winkels van Intratuin worden in een tijdsbestek van tweeënhalf jaar allemaal omgebouwd, waarbij afhankelijk van de financiële middelen van de franchisenemer wordt bepaald hoeveel elementen worden meegenomen. De kosten komen namelijk volledig voor rekening van de zelfstandige ondernemers. "Het is de ondernemer zijn bedrijf, dus ook zijn investering." Franchisenemers krijgen daarom de mogelijkheid formule-

elementen die ze niet kunnen bekostigen, weg te laten of later toe te voegen. In totaal kost de ombouwoperatie 'vele miljoenen'.

In het aprilnummer van RetailTrends gaat Peter Paul Kleinbussink uitgebreid in op het 3.0-concept van Intratuin en hoe de keten relevant wil blijven. "Je bent leuk óf je bent goedkoop, wij kiezen voor leuk." [Klik hier om het magazine digitaal te lezen](#). Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie](#).