

Advertorial: Uitblinken in de retail? Kijk eens naar andere sectoren

17-02-2020 16:40



De retail is anno 2020 een uitdagende sector waarin je bij de tijd moet zijn om je concurrentie voor te blijven. Hoewel sommige ondernemers lijken te denken dat het alleen maar moeilijker is geworden, is de waarheid dat het vooral uitdagender is geworden in de afgelopen jaren. Het is echter niet onmogelijk: als je wilt uitblinken in de retail moet je het er zelf naar maken – andere sectoren geven je het juiste voorbeeld.

De cijfers van de afgelopen jaren spreken boekdelen: er zijn steeds minder stenen winkels en webshops groeien juist hard. Maar niet alleen hun omzet groeit, ook het aantal webshops neemt toe. Het gevolg: in welke sector je ook actief bent, je hebt te maken met zware concurrentie. Je moet je kop boven het maaiveld durven te steken om het verschil te kunnen maken, en gelukkig leven we in een tijd van innovatieve mogelijkheden. De beste manier om je te laten inspireren is door eens een kijkje te nemen bij andere sectoren. De entertainmentsector is één grote bron van inspiratie:

Exclusieve ervaring

Reclame is een belangrijk onderdeel van de retail: je wilt immers dat je doelgroep zoveel mogelijk in contact komt met je merk. Kijk daarom eens naar hoe je de ervaring van je klanten kan verbeteren. Exclusiviteit is daarbij belangrijk: als je doelgroep zich bijzonder voelt of op een speciale manier behandeld, zullen ze sneller terugkomen of eerder geneigd zijn grote uitgaven te doen. Zorg dus altijd dat je op een bepaalde manier iets

“[premium](#)” aan te bieden hebt, of het nou gaat om een lidmaatschap voor speciale aanbiedingen of een apart product.

Live

Het draait er tegenwoordig om dat je “erbij bent”. Waarbij maakt niet uit, maar als je ergens met je neus bovenop zit beleef je het intenser. Een goed voorbeeld is hoe [live wedden](#) werkt: in plaats van vooraf je inzet te plaatsen kan je nu tijdens het sportevenement nog inzetjes doen, en wordt de beleving zo intenser en interessanter. Heb je een webshop of gewone winkel? Probeer dan exclusieve aanbiedingen slechts voor een bepaald tijdstip aan te bieden. Je kan via marketing een mooie campagne opzetten richting het moment suprême: het verhoogt de betrokkenheid van de consument.

Video

Op sociale media zijn er genoeg voorbeelden van hoe je video op een simpele maar slimme manier kan inzetten om je producten te promoten. Visuele elementen zijn dé manier om aan marketing te doen en met name korte video’s, met ondertiteling omdat veel mensen zonder geluid kijken, zijn met name als je in de e-commerce actief bent onmisbaar. Het mooie is dat je tegenwoordig geen gelikte professionele video’s hoeft te overleggen: een simpel, zelfgeschoten videotje waarmee je mensen enthousiast weet te maken of waarin je ze iets uitlegt is al voldoende.

Persoonlijk

We weten soms eerder wie Elon Musk, Jeff Bezos, Bill Gates en Steve Jobs zijn voordat we weten welk merk ze representeren. Maak je zaak dus persoonlijk: wees het gezicht van je bedrijf om een persoonlijke band met je klanten op te kunnen bouwen!