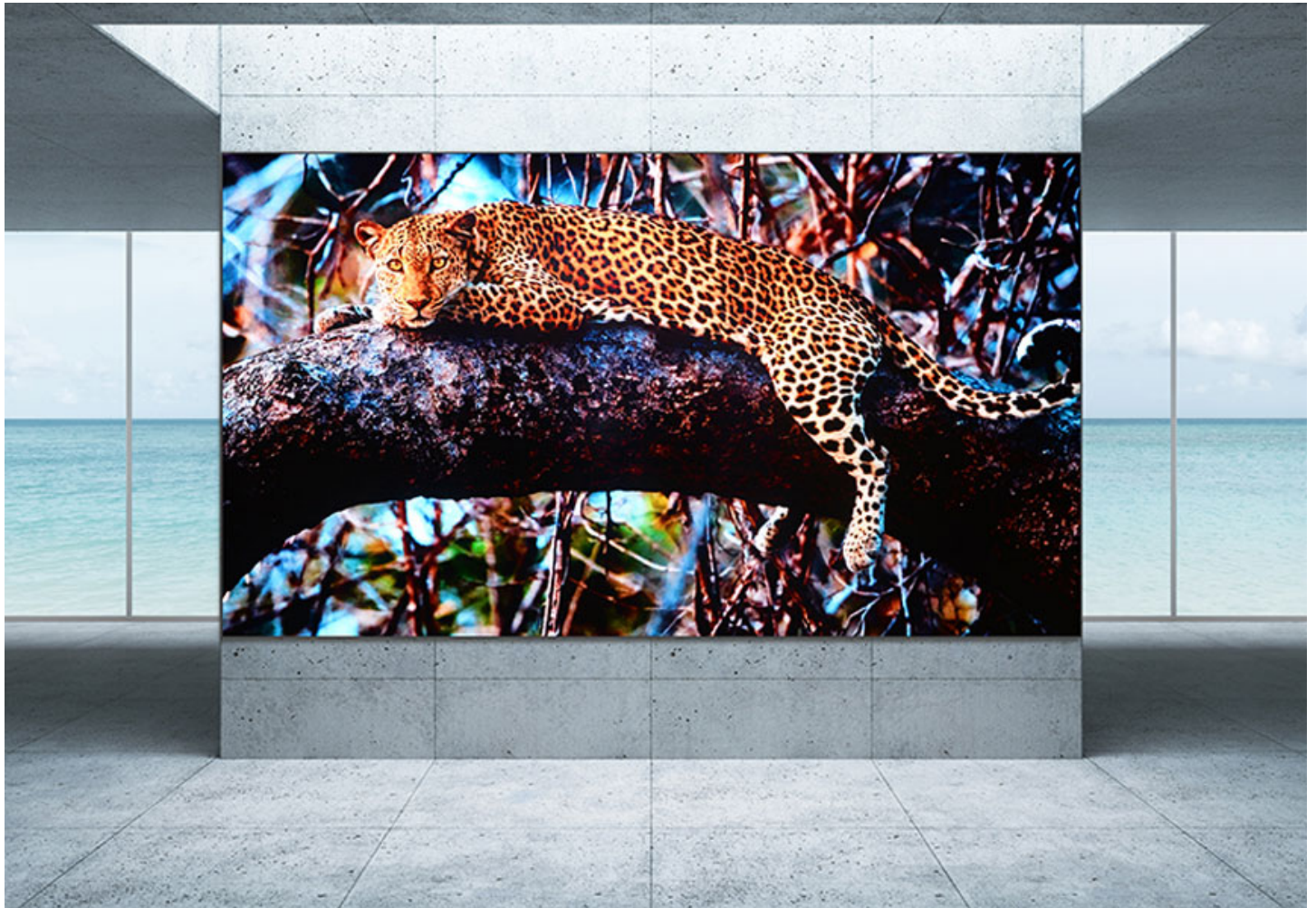


Advertorial: Trends en succesfactoren bij LED-displays in retail

10-11-2020 08:00



Graag nemen we u verder mee in de wereld van LED door dieper in te gaan op de mogelijkheden in diverse omgevingen. Te starten met het presenteren van unieke content via LED-displays.

In het kort: displays hebben hun weg gevonden in de wereld van retail. Het is enorm eenvoudig geworden om actuele informatie aan klanten te laten zien, zonder de noodzaak van het vervangen van fysieke signage.

De WOW-factor

Waar het bovenstaande voorbeeld vooral doelt op het informeren van klanten, gaan displays steeds meer onderdeel uitmaken van de totale experience. De fysieke winkelstraat moet een unieke ervaring bieden om zich te blijven onderscheiden van het online winkelen. Retailers dienen zich bewust te zijn van een unieke winkelervaring. Met behulp van de juiste LED-displays en passende unieke content wordt een grote stap gezet in de juiste richting.

Zeker in metropolen zoals Londen zie je dat winkelruimtes aantrekkelijker worden gemaakt met opvallende schermen die de creativiteit van een merk laten zien. Het is zelfs zo dat winkeliers daar een 'WOW-factor' moeten hebben om een winkel te kunnen openen in bepaalde gebieden.

Toegevoegde waarde

LED-displays vervullen daarom een belangrijke rol in de beleving van klanten. Tot op een bepaalde hoogte kun je deze oplossingen inzetten om prijzen of aanbiedingen uit te lichten – dat waarderen klanten altijd. Tegelijkertijd biedt een display de ruimte om een verhaal te vertellen.

Daarin maakt de content die wordt gepresenteerd via een LED-display het verschil. Het ophangen van een display is de eerste stap van een totale strategie. Om daarin succesvol te zijn, spelen er 3 factoren mee:

1. Het juiste CMS

Denk bij het opstellen van een contentstrategie na over welk content management system (CMS) u wilt gebruiken. Met behulp van het juiste CMS is alle content op de juiste plekken zichtbaar, zonder al te veel moeite.

2. Optimaliseer de customer journey

Visualiseer hoe uw klanten de winkel betreden en welke 'touchpoints' er zijn. Op deze zichtbare plekken kunt u video's over de herkomst van producten laten zien of de meest recente campagnevideo tonen.

3. Flexibiliteit

Met behulp van LED-displays ontstaat er variatie in het beeld van winkelruimtes. Daarbij is flexibiliteit het uitgangspunt: zorg voor een sterke basis aan content die per seizoen wordt uitgebreid met actuele beelden en informatie.

Beleven is onderscheiden

Door klanten de meest optimale klantbeleving te bieden, wordt het voor retailers mogelijk om zich te onderscheiden van de rest. Klanten ondergaan een ervaring die ze nergens anders krijgen met behulp van de juiste contentstrategie en een passende display. Uiteindelijk kunt u zo al gauw de vruchten plukken van de juiste LED-oplossingen.

Aandacht trekken en behouden

Waar de aandachtsspanne van de gemiddelde klant vroeger nog op 12 seconden lag, is dit tegenwoordig slechts 7 seconden. Hierdoor is het gemakkelijker om afgeleid te raken en de boodschap te verliezen.

Een onderdeel van de meest optimale klantbeleving is dan ook de juiste informatievoorziening. Displays bij een wachtrij kunnen bijvoorbeeld worden ingezet om een indicatie van de wachttijd te geven, of aan te geven welke kassa klaar is voor de volgende klant. Maak het bijvoorbeeld extra persoonlijk door de naam van de wachtende of een welkomstboodschap toe te voegen.

Tegelijkertijd zorgt een goede customer journey voor een terugkerende klant. Het geeft handvaten aan klanten zodat zij ook zelf aan de slag kunnen met alles wat beschikbaar is. Dat gaat van advies op het gebied van styling tot aan 'how-to' video's. Alles daarin is afhankelijk van de content en strategie waarvoor u kiest.

Storytelling

Waar komt een bepaald product vandaan? Wie hebben hieraan gewerkt? Hoe ziet de organisatie er achter een reeks items uit? Stuk voor stuk vragen die met behulp van video's worden beantwoord. Denkt u bijvoorbeeld aan een supermarkt waarin grazende koeien van een lokale boer te zien zijn boven het zuivelschap.

Binnen de detailhandel kunnen het juist getalenteerde coupeuses zijn die het vakmanschap achter een kledingstuk laten zien. Met behulp van een LED-display kunt u uw klanten meenemen in het verhaal van uw merk. Hierdoor raken zij betrokken, willen ze meer te weten komen en zullen ze vaker terugkomen.

Denk daarbij goed na over het verhaal wat u wilt vertellen. Bijvoorbeeld: een damespaskamer waar enkel content voor heren zichtbaar is, kan een slimme tactiek zijn wanneer veel heren wachten tijdens het passen. In het geval er enkel vrouwen in de paskamers aanwezig zijn, werkt dit minder goed.

Zelf starten met LED-displays?

Zoals u heeft kunnen lezen, bieden LED-displays verschillende voordelen binnen diverse retailomgevingen. Maar door alle oplossingen, kan het overweldigend zijn om een keuze te maken. Daarom helpen we u graag alvast op weg met drie punten:

1. Kijk naar wat u wilt bereiken met displays

Afhankelijk van uw doelstellingen kunt u een passende oplossing kiezen, bijvoorbeeld:

- o Wilt u uw klanten blijven informeren via displays dankzij real-time voorraadbeheer?;
- o Wilt u uw customer service verhogen met touchscreen-displays voor betalingen en verschaffen van informatie?;
- o Wilt u passerend publiek een optimale kijkervaring bieden met LED-folie of een grotere kijkhoek?

2. Vraag advies bij een betrouwbare leverancier

Betrouwbare leveranciers weten precies welke oplossing bij iedere situatie past. Op basis van uw doelstellingen kunt u advies inwinnen bij een leverancier.

3. Implementeer en experimenteer

Al doende leert men. Wees daarom niet bang om te experimenteren. Zo komt u te weten wat het beste werkt voor uw klanten en kunt u de customer journey verder optimaliseren.

Mocht u op basis hiervan direct vragen hebben, neem gerust contact met ons op via B2B.Benelux@lge.com voor meer informatie. Wilt u op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen in de markt volg ons dan via [LinkedIn](#) op kijk op lgsolutions.nl.