

Het belang van winkeldesign om de nieuwe consument te prikkelen

18-04-2021 22:00



2020 zal worden herinnerd als het jaar waarin de wereld online ging. Van de ene dag op de andere werden retailers wereldwijd gedwongen hun winkelaanbod tijdelijk op een laag pitje te zetten en hun online activiteiten in een ongekend tempo een boost te geven. Binnen een paar maanden kwamen opkomende consumententrends in een stroomversnelling terecht. Contactloos winkelen en betalen werd de norm en de overstap naar online leidde tot een groeiende vraag naar en hogere verwachtingen van de digitale mogelijkheden van retailers. De onlineverkoop, die de afgelopen vier jaar steeg met een samengesteld jaarlijks groeipercentage (de 'Compound Annual Growth Rate' of 'CAGR') van 14%, groeide in maart 2020 met 25% in een periode van twee weken, aangevoerd door supermarktverkopen. Evenzo is de e-commerceverkoop in andere categorieën zoals kleding, warenhuizen en schoonheidsproducten gemiddeld met 10% gestegen sinds het uitbreken van de pandemie.

Deze ogenschijnlijk niet te stoppen groei van e-commerce roept de vraag op of fysieke winkels de toegenomen concurrentie met de digitale wereld zullen overleven en of ze naast omnichannel ook fysiek de deuren open zullen en kunnen houden. Maar de fysieke aard van een winkel (waar klanten de waren kunnen zien, ruiken, voelen etc. wat moeilijk digitaal na te bootsen is) is echter precies wat zijn grote troef is. Nu mensen vaker online winkelen, gaan consumenten hunkeren naar een ervaring die verder gaat dan een gewone online transactie. In plaats daarvan willen ze rondkijken en genieten van het sociale aspect van winkelen in een winkel. Dus hoe kunnen retailers een slim ontwerp implementeren op een manier die klanten verleidt om geld uit te geven in een flexibele, responsieve winkelomgeving terwijl ze tegelijk ook hun zakelijke activiteiten

optimaal kunnen beheren?

Het creëren van een aantrekkelijke winkelomgeving

Een effectief winkelontwerp kan een grote impact hebben op de bedrijfsresultaten. Sommige winkelontwerpen leiden tot een potentiële omzetstijging van wel 40% . In de retailsector zal de impact van Covid19 lang voelbaar blijven, dus retailers moeten hun fysieke winkels aanpassen. Verder moeten ze ook overwegen hoe ze kunnen voorzien in een veilige winkelervaring om het vertrouwen van de klant te vergroten. Winkelontwerp is een belangrijke bepalende factor voor de klantervaring, dus retailers moeten hier zorgvuldig mee omgaan.

Een evenwicht vinden tussen dervingpreventie en esthetiek

Een balans vinden tussen esthetiek en dervingpreventie en tegelijkertijd voldoen aan de verwachtingen van het 'nieuwe normaal' brengt investeringen met zich mee in technologieën die nauw aansluiten bij nieuwe winkelconcepten. Als eerste contactpunt moet de entree van een winkel netjes en uitnodigend zijn om het juiste effect te hebben. Door de elektronica die in EAS wordt gebruikt opnieuw te configureren, het ontwerp van etiketten te verbeteren en een ongeëvenaarde productbescherming te bieden, voorziet Checkpoint Systems in unieke ontwerp mogelijkheden. Dit betekent dat retailers niet langer compromissen hoeven te sluiten bij de entree of in de winkel, maar kunnen investeren in dervingpreventie die helemaal past bij de algemene visie van het winkelontwerp.

Het belang van open merchandising

De emoties die een klant voelt zijn een belangrijke trigger voor de winkelervaring. Consumenten reageren direct op zintuiglijke prikkels die (behalve het zicht) niet via een digitaal kanaal kunnen worden gerepliceerd. De meerderheid van de retailers streeft naar een open omgeving waarin goederen worden uitgesteld zodat mensen ze kunnen aanraken, voelen, ruiken en bekijken. Maar zonder innovatieve en technologisch geavanceerde antidiefstaloplossingen kan deze holistische benadering ertoe leiden dat retailers duizenden producten in de winkel hebben liggen die klaar zijn om gestolen te worden. Technologische oplossingen voor de retailbranche, zoals de Alpha producten van Checkpoint, maken open merchandising mogelijk zonder concessies te doen op het vlak van beveiliging. Bovendien heeft het een mooi en discreet ontwerp dat de beveiligde artikelen complementeert om een vlotte winkelervaring te bieden zonder afbreuk te doen aan het algehele winkelontwerp.

Transformatie van winkelactiviteiten

Naast een verschuiving naar online stelde Covid19 een hele reeks nieuwe eisen aan traditionele winkelactiviteiten met grote impact op de klantervaring. Het gebruik van winkelontwerp en de implementatie van nieuwe processen en technologieën om een veiligere ervaring te bieden, zullen van cruciaal belang zijn om de zorgen van klanten in de toekomst weg te nemen .

Checkpoint Systems ondersteunt retailers bij het omgaan met deze snelle veranderingen en heeft onlangs een reeks SmartSolutions gelanceerd die de bezetting in de winkel beheert, temperatuurcontrole uitvoert en ervoor zorgt dat geretourneerde artikelen veilig weer in de voorraad worden opgenomen. Zo geeft SmartOccupancy op een livescherm nauwkeurig het aantal mensen binnen een gebied in realtime weer, en verzendt het visuele waarschuwingen met kleurcodering. Dit helpt niet alleen direct bij het controleren van de bezettingsgraad, het helpt ook om de klantenstroom binnen de perken te houden en het geeft de consument het vertrouwen dat de winkel zich houdt aan de maatregel rond 1,5 meter afstand.

Klantbeleving staat centraal

Om een sterke merk reputatie op te bouwen en de verkoop te stimuleren is een positieve klantervaring van cruciaal belang. Uit een enquête bleek zelfs dat 86% van de volwassenen meer zou betalen voor een betere klantervaring . En vooral in dit huidige klimaat is het essentieel om het klanttraject te begrijpen en de nodige

veranderingen in het winkelontwerp door te voeren om de klantervaring te verbeteren.

Volgens McKinsey toont een analyse van de financiële crisis van 2008 aan dat retailers die zich richtten op klantervaringen minder omzetverlies hadden, sneller herstelden en op de lange termijn driemaal het totale rendement behaalden in vergelijking met het marktgemiddelde.

Ondanks het veranderende landschap blijven fysieke winkels essentieel voor de retail. Hoewel technologie de ervaring kan verrijken is service van het grootste belang voor de consument. Door vertrouwd advies te krijgen in persoonlijke interacties met het winkelpersoneel kunnen retailers de consument deze uiterst belangrijke menselijke benadering bieden. Effectief winkelontwerp is een essentieel hulpmiddel om met klanten in contact te komen en langdurige relaties op te bouwen. Retailers die leren hoe ze het potentieel van hun winkel kunnen maximaliseren met een slim ontwerp zullen meer klanten hebben en minder derving ondervinden. Het inrichten van een winkel met subtiele elementen voor dervingpreventie opent letterlijk deuren voor de retail.

Over Checkpoint Systems

Checkpoint Systems is een wereldleider op het gebied van dervingpreventie voor de retailbranche. Het bedrijf voorziet in slimme oplossingen die duidelijkheid en efficiëntie garanderen, altijd en overal. Deze oplossingen zijn het directe resultaat van meer dan vijftig jaar expertise in radiofrequentietechnologie, innovatieve diefstal- en dervingpreventiesystemen, toonaangevende software, RFID-hardware en uitgebreide etiketteringsoplossingen voor het identificeren, beveiligen en opvolgen van artikelen van de bron tot in het schap.

www.checkpointsystems.nl/be