

Video: Digitale snufjes voor 'BIJ'zondere beleving bij Torfs

24-12-2021 15:00



Torfs investeert in de toekomst met een gloednieuw winkelconcept en zet kinderen en fashion lovers centraal. Niet alleen biedt Torfs voortaan ook kleding aan, het nieuwe concept is in het bijzonder voor de kleinste klanten een heuse beleving!

Digitale beleving zet kinderen centraal

Torfs Gent neemt kinderen op een speelse manier mee in een interactief en entertainend koopproces. Zo is er een kleurrijke recyclagebox waar kinderen schoenen én kledij kunnen inzamelen door op een trapje te klimmen en aan een groot wiel te draaien. Maar ook de voetenmeetmachine kreeg een digitale upgrade en werd gekoppeld aan een geweldige speurtocht, een testparcours én beloning.



Ik ben heel blij en trots! Twee kleinere winkels maakten plaats voor deze nieuwe winkel midden in de populaire Veldstraat. We geloven sterk in stadswinkels. Daarom willen we in alle grote steden op toplocaties aanwezig zijn met dit concept.

Wouter Torfs - CEO Schoenen Torfs

De Torfs Ravotclub

Het nieuwe winkelconcept betekent ook meteen de lancering van de Torfs Ravotclub: de leukste club van het land voor kinderen. Milo en Mila, de mascottes van de club, enthousiasmeren de kids doorheen heel het koopproces via animaties op verschillende digitale schermen.

"We zijn heel trots dat we samen met [Wave of Engagement](#) de branding van de Torfs Ravotclub mochten maken", aldus Nele Bruers, Instore Experience Specialist bij [DOBIT](#). "Onze Motion Designers verzorgen al heel wat jaren de animaties voor de digital signage schermen bij Torfs. We zijn dus al vertrouwd met de stijl van Torfs en begrepen meteen welke richting ze uit wilden met de Ravotclub. Ons [grafisch team](#) stond o.a. in voor de uitwerking van het logo, tekende de bijtjes, werkte het scenario uit en maakte als kers op de taart de verschillende animaties."

Technologie neemt kinderen mee op sleeptouw

Je zou het op het eerste zicht niet zeggen, maar er schuilt wel degelijk heel wat technologie achter de verschillende implementaties. "Om de kinderen écht mee te krijgen in het verhaal, creëren we de indruk dat de bijtjes reageren op hun acties", aldus Nele Bruers. "Hiervoor werken we met heel wat sensoren en koppelingen die de animaties op de schermen aansturen."

Zo is er bij de recyclagemachine een proximity sensor die registreert wanneer er iemand in de buurt komt waarna een aangepaste animatie start. Van zodra kinderen aan het wiel draaien, triggert dat ook weer een ander filmpje en reageren Milo en Mila op deze actie. Ook bij de voetenmeetmachine werd een koppeling gelegd tussen het bestaande platform van de scanner en de animaties op het scherm. Op deze manier volgen Milo en Mila het scanproces en vertellen ze op hun eigen manier wat de kindjes precies moeten doen.

Strategie, design en technologie

"Voor de realisatie van dit nieuwe winkelconcept werkten we nauw samen met ons dochterbedrijf Wave of Engagement", aldus Nele. "Tijdens een strategische brainstorm sessie brachten we de ideale beleving voor kinderen en ouders in kaart, rekening houdend met de merkbeloften van Torfs. Op basis hiervan werden nieuwe concepten bedacht, gepresenteerd én uitgewerkt: van design tot technologische invulling."

Meer inspiratie?

Bezoek onze website solutions.dobit.com of contacteer ons via info@dobit.com