

'Klanten zijn allergisch voor verkooptrucjes'

20-06-2022 09:19



Activaties om een winkel als hotspot neer te zetten, kunnen werken mits ze passen bij het product of de klantbehoeften. Maar pas op: met opdringerige verkoopacties sla je de plank mis. "Sexy trucjes zijn leuk, maar maak het leven eerst eens écht gemakkelijker voor de klant", tipt klantbelevingsexpert Frans Reichardt in het juninummer van RetailTrends.

Hoewel het belangrijk is om ook in de fysieke winkel een goede beleving te hebben voor de klant, is dat volgens Reichardt niet zaligmakend. "Retailmerken hebben de neiging te zoeken naar die ene gouden formule. Die is er niet." Volgens Reichardt is het essentieel om een goede reputatie op te bouwen. "Dat moet altijd het uitgangspunt zijn. Om dat te kunnen doen moet je goed nadenken over de behoeften van je klanten."

Het devies van Reichardt: luister naar de behoeften van de klant. "Zodra het woord 'beleving' valt, wordt het vaak onnodig moeilijk gemaakt." Een hotspot als winkel is voor sommige retailers een utopie, maar daar red je het volgens Reichardt niet mee. "Consumenten hebben niet altijd zin om een hotspot te betreden. Het verschil ligt 'm in functioneel shoppen versus funshoppen."

In de Stores That Wow-special van RetailTrends gaan we in op hoe je een merk tot hotspot kan maken. Zo spreken we met Youseum over hoe je met merkactivaties on top of mind blijft bij je klant. Het hele verhaal is [hier te lezen](#). Nog geen member, [kijk dan hier](#).