Instore marketing: wat wel en niet werkt

21-06-2006 00:00

De klant moet verleid worden op de winkelvloer, zoveel lijkt tegenwoordig wel duidelijk. Maar hoe moet dat aangepakt worden? Niet met een willekeurig bombardement aan instore marketing-technieken. Het budget voor instore marketing moet zo optimaal mogelijk benut worden, om de strijd om de gunst van de consument te winnen.

'Instore Marketing: Wat werkt wel en wat niet?' is dan ook het centrale thema tijdens het congres 'Verleiding op de winkelvloer.' Dat congres, dat georganiseerd wordt door Euroforum, vindt plaats op 28 en 29 juni in het W.T.C. in Rotterdam.

De eerste dag is grotendeels aan de sprekers: Rodney Fitch, Bram Nauta (Popai), Kitty Koelemeijer (Nyenrode), Manuela Sacco (Paco Underhill), Han Eisma (AC Nielsen), Ad van Dongen en Frans van Buuren (de Bijenkorf), Gert van Doorn (Primera), David Sulman (Coca-Cola) en Frans van der Kraan (ABN Amro). Tijdens de tweede dag vinder er workshops plaats.

Meer informatie op RetailAgenda.nl