

Brandhout als bestseller

08-08-2006 00:00

Een warme zomer betekent dat veel gezinnen een vakantie dicht bij huis boeken, merkt Center Parcs. Dat is niet goedkoper, maar wel gemakkelijker. Convenience staat dan ook centraal bij Center Parcs, ook in de parkwinkels die nu worden vernieuwd.

Het eerste bezoek is vaak praktisch en rationeel, stelt John Rombouts, maar het vervolg is emotioneel. Hij is als interim-manager van het adviesbureau Rethink door Center Parcs ingehuurd om de retailactiviteiten in de zestien vakantieparken op het vasteland van Europa opnieuw te positioneren.

De bezoeker wil namelijk een tijdje weg van de alledaagse sleur. Niet voor niets hanteert Center Parcs als slogan: 'a state of happiness'. Dat dient ook op retailniveau waargemaakt te worden. De gast wil in het bungalowpark niet worden geconfronteerd met prijsacties maar met een aantrekkelijk assortiment. Dat is gericht op gemak en gezondheid; niet op bezoekers die een hele dag willen funshoppen.

Het gehele artikel is te lezen in het augustusnummer van RetailTrends, dat donderdag 10 augustus verschijnt
Een jaarabonnement op RetailTrends? [Klik hier](#)
U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl