

Instore ABC brengt duidelijkheid op de winkelvloer

07-11-2006 00:00

Op 1 november is tijdens POP 2006, het trefpunt voor instore communicatie, het boekje Instore ABC ten doop gehouden. Schrijvers Bram Nauta, algemeen manager van POPAI, en Leo van de Polder, directeur van Buro Boodt, gaven het eerste exemplaar van het boekje aan vertegenwoordigers van handel, industrie, onderwijs en de instore communicatiebranche.

‘De creativiteit viert hoogtij wanneer het gaat om het verduidelijken van vaak dezelfde begrippen met behulp van verschillende termen’, vindt Nauta. ‘Juist wanneer er sprake is van een nieuw vakgebied zijn marketeers zeer vindingrijk. Zo ook in het nieuwe vakgebied instore marketing-communicatie’.

‘Het werd dus hoog tijd een éénduidig gebruik van termen te introduceren, zodat diegene die professioneel betrokken is bij de inzet van instore media zijn of haar weg kan vinden en zich helder en begrijpelijk kan uitdrukken’, aldus Van de Polder.

Het Instore ABC is bedoeld voor eenieder die werkzaam is bij (merk)fabrikant, winkelorganisatie, p.o.p. supplier, communicatiebureau, media of onderwijs en op enigerlei betrokken is bij de winkel als communicatiemedium. Het boekje is zo opgezet, dat het vakgebied “retail marketing & communicatie” in een duidelijk kader wordt gezet. Hierdoor is het geen ABC-tje geworden maar een heldere rangschikking van onderwerpen en termen.

Zie ook [persberichten](#)