

14/09/2023 | Leestijd 5 minuten

Zó maak je de winkel aantrekkelijk! Carin (RetailTheater) vertelt over visual merchandising en ‘binnen-etalages’

De retail is een theater. De winkel is het podium. En verkopers zijn de ster van de show! Carin Frijters weet hoe je deze show maximaal laat schitteren. De ‘grande dame’ van de retail en oprichter van **RetailTheater** helpt bedrijven zoals IKEA, de Bijenkorf, Gamma, HEMA en Leen Bakker het rendement te verbeteren met bijvoorbeeld visual merchandising. Hoe maken we de winkel krachtiger met ‘binnen-etalages’? Carin geeft tips om zelf mee aan de slag te gaan.



Retail-coryfee

Carin staat bekend als ‘energieke wervelwind’, met haar jarenlange ervaring als retail-expert schreef zij meerdere boeken. Verder werkt ze als inspirator, dagvoorzitter, creative director, klankbord, coach, en zo kunnen we nog wel even doorgaan... We zijn dus bij haar aan het juiste adres om meer te weten te komen over hoe je met visual merchandising meer uit je winkel kunt halen.

“ Klanten willen iets nieuws ontdekken. Verleid worden. Visueel merchandising speelt daarin een grote rol! ”

Ontdekken

Carin: “Werken in de winkel wordt leuker als je de retail ziet als theater. Verkopers spelen misschien dan wel geen toneelstukje, maar zijn wel de meeslepende verhalenvertellers - net als acteurs. De voorstelling moet er niet tot in de eeuwigheid hetzelfde blijven uitzien. Klanten willen iets nieuws ontdekken. Verrast worden. Verleid worden. Visueel merchandising speelt daarin een grote rol!”

Onzichtbaar

Maar dat is volgens Carin een rol die net altijd de aandacht krijgt die het verdient. “In elke winkel heeft één ‘collega’ rond die je niet ziet... Een onzichtbare medewerker, met een glansrol. Namelijk: de visual merchandising. Daaraan heb je een extra mankracht!”

Impulsief

“Wist je dat 60% tot 70% van de aankoopbeslissingen pas in de winkel wordt gemaakt? Bijzonder, toch? Shoppen wordt een steeds impulsievere ervaring, blijkt uit onderzoek van de VU Amsterdam en GfK Panel. Daar kun je de visuele beleving op aanpassen. Prikkel die koopknop en verleid klanten ter plekke om iets te kopen.”

Ouderwets

“Veel winkelmedewerkers denken nog in hiërarchie. ‘Visueel merchandising? Daar gaat mijn baas/leidinggevende over.’ Een ouderwetse mindset, die helemaal niet nodig is. Denk mee. Praat met je collega’s. Bundel je krachten. Jij mag gezien worden!”

Visueel merchandise in de winkel: hét stappenplan van Carin Frijters

Voor iedereen die de winkel, en de omzet, naar een hoger plan wil tillen, hanteert Carin een stappenplan. In het kort:

- **Stap 1: Observeer de klant**

“Ga gewoon eens een middagje kijken. Wie komt er langs? Hoe bewegen de klanten zich in de winkel? Welke gedeeltes hebben ‘stopkracht’? Veel shoppers zijn bijvoorbeeld georiënteerd naar de rechterkant van een winkel. Met dat soort gegevens kun je gaan spelen.”

- **Stap 2: Wie is je klant?**

“Bepaal je doelgroep. Het verbaast me hoe weinig verkopers dit weten... ‘Onze doelgroep is heel breed!’, hoor ik vaak. ‘Er komt van alles!’ Dat zal wel, maar welke types komen het vaakst? De jonge, trendy moeder, de vtwonnen-interieurvanaat? Als je dat weet, kun je de klant beter bedienen.”

- **Stap 3: Waarom komt die klant?**

“Achterhaal: waarvoor komt die klant bij jullie? Voor de merken die ‘hot’ zijn? De sfeer? De prijzen?”

- **Stap 4: Vestig de aandacht op binnen-etalages met stopkracht**

“Nu je weet wie je klant is, en waarvoor die komt, kun je aan de slag met binnen-etalages: de ‘hotspots’ waarmee je klanten inspireert. Welke gedeeltes wil je ‘versnellen’ en ‘vertragen’? Die haastige klant die een wenskaart komt halen, is sneller geprikkeld door een opvallend groot volume aan producten – zoals een stapel boeken – dan een klant die rustig rondkijkt. Welke gedeeltes hebben stopkracht? Welke producten zijn geschikt voor ‘cross-selling’, dus waarbij je een bijpassend product verkoopt, zoals een sportlegging bij een paar nieuwe sportschoenen? En werk met kleur! In retail heeft hele mooie trendsessies die eenvoudig te vertalen zijn naar jouw theater.

- **Stap 5: Wees trots!**

“Maak plezier, ga aan de slag met binnen-etalages en draag je werk met trots uit. Klanten zijn daar heel gevoelig voor. Theater maken in de winkel is leuk. En als je ontdekt hoe leuk dat is, ga je alleen maar vooruit.”

Over Carin Frijters

Carin Frijters is retail-expert en oprichter van RetailTheater. Zij is auteur van drie boeken: ‘Prikkel de Koopknop’, ‘RetailTheater’ en ‘Retail Survival Guide’. Verder werkt ze als inspirator, dagvoorzitter, creative director, klankbord en coach



Laatste nieuws

WORKSHOP

05/10/2023

GRATIS WORKSHOP 'JE TALENTEN ONTDEKKEN EN INZETTEN' OP 19...

VERKOOPTIPS

28/09/2023

ALLES IS DUURDER! 6 SLIMME VERKOOPTIPS IN TIJDEN VAN...

PERSONEELSTEKORT

28/09/2023

VEEL WINKELIERS WORSTELN NOG STEEDS MET PERSONEELSTEKORT

INTERVIEW

27/09/2023

JAY (22) WERKT BIJ ECCO: 'KLEDING EN SCHOENEN ZIJN MIJN UITLAATKLEP!'

Gerelateerd nieuws



12/09/2023

MONIQUE COUWENBERG (41) WERKT BIJ KINDERMODEMERK NAME IT. “IK SPEUR ZELFS HET...

INTERVIEW



28/08/2023

LINDSEY VUIJK (25): “IK BEN IEDERE DAG BEZIG MET WAT IK ECHT LEUK VIND”

INTERVIEW



24/08/2023

NIENKE (30) IS DE CONTENT QUEEN VAN VERO MODA. “VAN CONTENT PLAATSTEN TOT...

MODETRENDS



Blijf op de hoogte

Schrijf je in voor onze nieuwsbrief!

Naam

E-mailadres

In welke branche werk je? ⇄

AANMELDEN

OVER ONS

Over Werk in de Winkel
Contact
Disclaimer
Privacy en cookiebeleid

CAO

Over de cao
De cao
Veelgestelde cao-vragen
Functiewijzer
Werken in de retail
Salaris

OP JE WERK

Arbocatalogus
Hulp bij zorgen
Winkelcriminaliteit
Pensioen
Zorgverzekering

ONTWIKKEL JEZELF

Mbo-opleidingen
Retail opleidingen
Loopbaanadvies
Functioneren en beoordelen
Sollicitatie tips
Vacatures in de retail
NL Leert Door

