



BuurtKadoos

8 tips voor Retailmarketing

**Pssst, open mij*



BURTKADOOS





8 tips voor Retailmarketing

Als ondernemer in de retailsector ben je continu bezig met de doorontwikkeling van je bedrijf en het genereren van omzet. Dit kan onder andere door meer klanten aan te trekken of de gemiddelde besteding per klant te verhogen. Een effectieve manier om deze doelen te bereiken is het inzetten van retailmarketing. Met retailmarketing trek je nieuwe klanten aan, stimuleer je herhaalbezoeken en zorg je voor zichtbaarheid en naamsbekendheid.





BuurtKadoos
Een warm welkom.

*Pssst, open mij!



Gratis klusemmer!

Verhuisd? Veel te regelen en waarschijnlijk ook wel het een en ander te klussen. Graag willen wij u als de doe-het-zelf zaak van harte welkom heten (zie achterzijde voucher). Wij bieden u, tegen inlevering van deze voucher een gratis klusemmer aan. Vraag naar de voorwaarden in de winkel. Iedere klus begint bij ons of op:

www.doe-het-zelf.nl



Wat is retailmarketing?

Retailmarketing is een marketingstrategie vanuit een retailonderneming die gericht is op de consument.

Promotie van bedrijf naar particulier dus. Deze vorm van marketing speelt zich zowel af in de winkel als daarbuiten.

Er is een breed scala aan mogelijkheden binnen de retailmarketing. Hierdoor kan het soms best overweldigend zijn om de juiste keuzes te maken. Want hoe kun je jouw marketingbudget nou het meest effectief inzetten? Welke doelgroep is voor jou aantrekkelijk? En wat is de perfecte marketingmix voor jouw onderneming?

Waarom is retailmarketing belangrijk voor jouw bedrijf?

In hoeverre ben jij al actief bezig met retailmarketing? En wat zijn voor jou redenen om het wel of niet te doen? Heeft dit te maken met een beperkt marketingbudget of weet je niet goed waar te beginnen? Misschien is retailmarketing al een structureel onderdeel van jouw bedrijfsvoering en heb jij al succes geboekt maar er zijn nog ontzettend veel creatieve alternatieven te ontdekken. Ben jij je bewust van de (oneindige) mogelijkheden binnen retailmarketing?

Als lokale ondernemer moet je concurreren met grote winkelketens en retailers die doorgaans een veel hoger marketingbudget hebben. Om nog maar niet te spreken over webshops. Ga als mkb'er niet bij de pakken neerzitten maar gebruik dat lokale aspect juist om jezelf te onderscheiden. Uit onderzoek blijkt dat 78% van de Nederlanders vindt dat een lokale buurt met ondernemers bijdraagt aan de kwaliteit van leven ([Direct research, 2020](#)). Met retailmarketing zorg je ervoor dat deze consumenten bij j^ó komen winkelen en niet bij de concurrent.

Wanneer je aan de slag gaat met retailmarketing is het goed om meerdere middelen tegelijk in te zetten om zo te ontdekken wat voor jouw branche en regio het beste werkt. Op deze manier bereik je de juiste doelgroepen en vergroot je jouw kans op succes.

Hieronder geven wij 8 retailmarketing tips waarmee je van start kunt gaan of je huidige marketingstrategie verder kunt uitbreiden. Het is belangrijk om continue te innoveren en nieuwe tactieken te testen!

1

Bepaal vooraf wat een nieuwe klant waard is

Bij retailmarketing kun je jouw investering zo hoog of laag maken als je zelf wil. Wanneer je met een beperkt budget aan de slag gaat is het belangrijk om vooraf te bepalen wat een nieuwe klant jou waard is. Stel jezelf dus eerst de volgende vragen:

- ✓ Wat is de gemiddelde besteding per klant in jouw winkel?
- ✓ Hoe vaak komt deze klant terug voor een herhaalaankoop of -bezoek?
- ✓ Hoelang is hij of zij al klant?

Als je dit niet weet, houd er dan rekening mee dat de gemiddelde consument **elke 10 jaar verhuist** en dus gemiddeld 10 jaar in dezelfde buurt zijn of haar geld uitgeeft.

Aan de hand van deze vragen kun je berekenen wat één nieuwe klant jou gemiddeld over de lange termijn oplevert en hoeveel marketingbudget jij wil vrijmaken om die potentiële nieuwe klant te bereiken. [Lees hier meer](#) over return on investment.

2

Schat jouw bestaande klanten op waarde

Wanneer je aan de slag gaat met retailmarketing is het van belang om niet alleen de nadruk te leggen op het bereiken van nieuwe klanten. Jouw huidige klantenkring is namelijk minstens zo belangrijk. Uit onderzoek blijkt dat drie op de vier Nederlanders (75%) het liefst koopt bij een winkelier die ze kennen en 23% afgaat op een aanbeveling van zijn of haar omgeving ([2020, Mastercard](#)). Jouw bestaande klanten zijn dus enorm waardevol, zij hebben tenslotte al voor jou gekozen. Bevestig de klant dus continu in deze keuze door de persoonlijke aandacht te geven die hij of zij verdient. Train jouw personeel hierin en doe telkens net dat stapje extra. Met een klein gebaar kom je vaak al heel ver:

- ✓ Ontwikkel een warme klantrelatie. Begroet de consument bij zijn of haar naam, leg een favoriet product apart zodat de klant nooit misgrijpt, vraag feedback over vorige aankopen en geef aanbevelingen op basis van zijn of haar smaak of interesses.
- ✓ Start een loyalty programma door middel van een spaarsysteem of stempelkaart. Op die manier wordt de klant beloont naarmate deze meer bezoeken brengt aan jouw winkel of meer geld besteedt én gestimuleerd om terug te keren.
- ✓ Maak van jouw vaste klant een ambassadeur. Bied een referral flyer aan met korting voor de klant én een voor de klant om weg te geven aan een vriend, kennis of familielid.

3

Wees een BuurtAmbassadeur voor jouw winkelstraat

Lokale ondernemers vormen samen het cement van de buurt. Laat zien dat jij hierin ook een rol speelt. Sluit je bijvoorbeeld aan bij een winkeliersvereniging, help mee aan de jaarlijkse braderie, betaal mee aan de kerstverlichting in de winkelstraat of sponsor een lokale sportclub. Zo laat je aan de lokale gemeenschap zien dat jij je steentje bijdraagt aan de leefbaarheid van de buurt. Bij het zien van jouw logo of bedrijfsnaam zal de lokale consument herkenning en waardering voelen en dat vertaalt zich vanzelf naar meer traffic naar jouw winkel.

2de pizza gratis!

Van harte welkom in je nieuwe buurt. Wij als pizzeria bereiden 7 dagen per week verse pizza's en pasta's voor u. Wij willen graag jouw pizzeria en pasta's voor u. Wij willen graag jouw pizzeria en pasta's voor u. Wij willen graag jouw pizzeria en pasta's voor u.

www.pizzeria.nl




BuurtKadoos
Een warm welkom.

Pssst, open mij!

4

Teamwork makes the dreamwork

Retailers in een winkelgebied hebben één gezamenlijk belang, namelijk: zoveel mogelijk consumenten naar de winkelstraat trekken. Door lokale samenwerkingen aan te gaan genereer je meer naamsbekendheid en zorg je voor traffic naar jouw onderneming. Hierin zijn allerlei variaties te bedenken, een paar suggesties:

- ✓ Overleg of jouw product bij een van je collega-retailers verkocht kan worden. Heb je een bakkerij? Bied jouw brood aan bij de lokale supermarkt. Zo spreek je met jouw product een compleet nieuwe doelgroep aan en de supermarkt krijgt dankzij de samenwerking een lokaal karakter, een win-winsituatie.
- ✓ Organiseer een kortingsactie met een collega-retailer. Ben je eigenaar van een kapsalon? Sla de handen ineen met een beautysalon uit de buurt. Denk aan een actie waarbij consumenten die bij jullie beide een behandeling boeken een gratis verzorgingsproduct of een aantrekkelijke korting ontvangen.
- ✓ Ben je restauranteigenaar? Organiseer een culinaire tour langs alle food hotspots in jouw buurt. De consument koopt een ticket en kan voor die prijs bij alle deelnemende restaurants een culinaire verrassing ophalen. Presenteer jouw bestseller en de consument komt gegarandeerd een keer terug voor een lunch of diner.
- ✓ Stel een lokaal pakket samen. Een slijterij en een kaasboer kunnen samen een onweerstaanbaar kaasplankje met bijpassende wijnen verzorgen. Of denk aan een verspakket van een groentewinkel en een slager.

Deze samenwerkingen kun je standaard gedurende het hele jaar aanbieden of inzetten tijdens feestdagen of evenementen.

5

Retailmarketing begint in jouw winkel

Bij Instore retailmarketing zijn alle visuele aspecten aan de binnen- en buitenkant van je winkel van groot belang. Want hoe zorg je dat de juiste producten op het juiste moment de aandacht trekken? Hiervoor kun je gebruik maken van posters, displays, looproutes en duidelijke aanwijzingen voor kortingen en aanbiedingen. Speciale producten of bestsellers kunnen gehighlight worden middels een opvallend display of een paspop op een centrale plek in de winkel.

Ook de etalage biedt talloze mogelijkheden om de aandacht te trekken van voorbijgangers. Maak hier dus optimaal gebruik van. Zorg voor goede belichting en een duidelijke indicatie van jouw assortiment, zo weet de klant wat hij of zij kan verwachten. Wees hierin niet te terughoudend! Probeer met een element van verrassing de aandacht van de consument zo lang mogelijk vast te houden en hun interesse te wekken zodat ze jouw winkel binnenstappen.

6

Gebruik social media in jouw marketingmix

Social mediaplatformen zoals Facebook en Instagram zijn hét instrument om in contact te komen met trouwe bestaande klanten én potentiële nieuwe klanten. Onderzoek wijst zelfs uit dat 89% van de consumenten die een merk of winkel volgen op social media daar ook een aankoop zal doen. Maar liefst 85% zou het aanraden aan een vriend of familielid ([Sprout, 2020](#)). Zorg dus voor aantrekkelijke content op jouw social mediakanalen en beperk jezelf niet tot één social mediaplatform maar spreid je kansen.

Door gebruik te maken van like & share acties waarbij de consument korting krijgt of iets kan winnen verhoog je je engagement. Likes, shares en comments zijn goed voor het algoritme waardoor jouw post vaker zichtbaar is. Met een flyer op de toonbank zorg je ervoor dat jouw klanten je weten te vinden op social media, op die manier hoeft hier niet veel van je marketingbudget aan op te gaan.



7

Doe een onweerstaanbaar aanbod

Een goede eerste indruk gaat er uiteindelijk voor zorgen dat de consument bij jou komt winkelen en niet bij jouw concullega's.



Door potentiële nieuwe klanten een offer they can't refuse te doen zorg jij voor een sympathieke eerste indruk en laat je de klant laagdrempelig kennis maken met jouw producten. Zodra de klant jouw winkel binnenstapt kun jij de verwachting waarmaken door uitstekende service te verlenen en natuurlijk een goed product te leveren.

Er zijn diverse media waarmee je dit kunt doen. Je kunt investeren in een campagne op Facebook of Instagram. Plaats een reclamebord of abri langs de weg. Ontwikkel een huis-aan-huis folder of een direct mailing. Of trek de aandacht van winkelend publiek met een opvallend stoepbord buiten je winkel.

8

Bereik de pas verhuiste consument in jouw buurt

Met lokale retailmarketing bereik je vaak buurtbewoners die al eens kennis hebben gemaakt met jouw onderneming of zelfs al vaste klant zijn. Er is echter een belangrijke groep van potentiële nieuwe vaste klanten die ontzettend waardevol is om te bereiken, namelijk: de pas verhuiste consument.

Dagelijks verhuizen mensen binnen of naar jouw regio. Nadat de verhuisdozen zijn uitgepakt gaan zij hun nieuwe buurt ontdekken. Als ondernemer wil jij ervoor zorgen dat zij als eerst bij jou uitkomen in plaats van bij de concurrent. Deze doelgroep is extra interessant omdat zij openstaan voor verandering, relatief veel geld uitgeven en op zoek zijn naar nieuwe vaste adresjes.

Met een deelname aan BuurtKadoos kun jij deze doelgroep op exact het juiste moment bereiken. De verhuiste consument ontvangt een opvallend welkomstboxje in de brievenbus met 'Welkom in de buurt' erop. Daarin bevindt zich jouw voucher met een onweerstaanbare aanbieding of een welkomstkado. Jouw eerste indruk is gemaakt en dankzij de branche-exclusiviteit ben jij de concurrent telkens een stapje voor. Bekijk de video hieronder om te zien hoe BuurtKadoos te werk gaat.

[Bekijk de BuurtKadoos video](#)





Gratis appeltaartje uit eigen bakkerij!

Gefeliciteerd met uw verhuizing! Bij de supermarkt bent u aan het juiste adres voor al uw dagelijkse boodschappen. Wij leren u graag kennen en bieden middels deze voucher een gratis appeltaartje aan, uit eigen bakkerij. Leef de voucher in bij onze informatiebalie, graag tot ziens!

www.supermarkt.nl

BuurtKado

Een warm welkom.

*Pssst, open mij!



Wil je meer weten over een deelname aan **BuurtKadoos?**



[Download dan hier de brochure](#)

Hopelijk geven bovenstaande tips wat handvatten om zelf actief aan de slag te gaan met retailmarketing. Doe je er nog niks aan? Begin dan klein; pak één of twee tips en experimenteer daarmee. Wanhoop niet wanneer dit niet direct het resultaat oplevert waarop je gehoopt had. Soms duurt het even voordat je de perfecte marketingmix voor jouw onderneming hebt gevonden. Heb jij je retailmarketing al helemaal op orde? Laat dan bovenstaande tips eens op je inwerken en gebruik ze als inspiratie om een keer iets anders te testen.

Wonen, werken, winkelen en ontspannen houdt de buurten leefbaar, daar draag jij als lokale ondernemer aan bij. Besef hoe belangrijk jij bent voor de buurt en zorg ervoor dat jouw aanwezigheid gezien wordt. Maak gebruik van de kracht van het collectief om de winkelstraten bruisend te houden. Daar heeft uiteindelijk iedereen baat bij.



www.buurtkadoos.nl