

HOME T TRENDS W IN DE WINKEL P PRODUCTKENNIS C CARRIÈRE

K KLANTKENNIS ARCHIEF

INSPIRATIE TIJDENS DEZE GRAUWE

DAGEN

Afgelopen maandag was het 'Blue Monday'. Deze derde maandag in januari verklaart zich als de meest deprimerende dag van het jaar. Maar gelukkig zijn er genoeg oppeppmiddelen. Er zijn retailers, vooral in de mode, die op deze dagen hun winkels gereed maken voor de nieuwe collecties.

Door: Laura Saija



Melvin van Tholl: "Alhoewel deze dag van de grote dip ooit door een reclamebureau is bedacht om mensen met hun eindejaarsbonus op zak een vakantie te laten boeken, is het waar dat januari een taai maand is om doorheen te komen. Vervlogen voornemens, de kater van te veel feestjes in december, de grauwe winterdagen doen consumenten geen goed".

"Maak gebruik van dit moment door je klanten uit te nodigen voor een leuke impressie van je winkel. Dit kan via social media of per e-mail, maar het is leuker om ze naar de winkel te trekken. Geef ze een reden, zoals een workshop 'Styling in 5 minuten'. Bied vooral inspiratie in de zaak. Haal een paar mooie mode- of lifestylebladen die bij de stijl van je zaak of merk passen. Gebruik ze ook tijdens het contact met de klant".

Tip van Melvin:



[more tags](#)

TRENDING TOPICS

1. [Column: The devil wears...](#)
2. [Winkelcentrum Hoog Catharijne komt met 'ShopBoy'](#)
3. [Column: Sugar City praatjes een zoethoudertje voor dummies?](#)
4. [Mr. Bohemian](#)
5. [Dé 9 broeken van dit moment](#)

IN DE MODE ZOEKT EEN REDACTIE STAGIAIR

"Schuif je medewerkers als stijlambassadeurs naar voren om de klanten te inspireren. Help de klant met een gezonde dosis shoptherapie om deze weken door te komen. Maak de mensen lekker zodat ze terugkeren zodra ze hun januari salaris binnen hebben. En vergeet niet, over drie weken is het Valentijnsdag. Ook een bedacht fenomeen, maar één waar mensen toch nog een leuke outfit voor nodig hebben. Je wil immers toch graag stralen voor die speciale date!"



Over Melvin van Tholl

Melvin van Tholl is oprichter van Customer Experience Design bureau Pinkpop. Als experience architect ontwerpt en ontwikkelt hij belevingsconcepten, die van winkelen een gemakkelijke beleving maken waardoor klanten langer blijven en vaker terugkeren. Daarnaast adviseert Van Tholl merken over de inzet van beleving in hun contacten met klanten, met als doel om van gewone klanten fans van

het merk te maken. Voor zijn werk reist Van Tholl de wereld over en ontdekt daarbij de meest inspirerende experience concepten en merkverhalen die hij weer graag deelt. "We winkelen niet alleen met onze portemonnee, maar vooral ook met onze emoties. Experience design brengt die X-factor in de winkel!"



Tweeten 0 Share 6 Vind ik leuk 6 g+1

Share

PR



OVER IN DE MODE | ALGEMENE VOORWAARDEN | PRIVACY STATEMENT | DISCLAIMER | E-MAIL DE REDACTIE

IN DE MODE IS SPECIAAL GEMAAKT VOOR ALLE MODEPROFESSIONALS EN BIEDT RETAILNIEUWS, TRENDS, CARRIÈRETIPS EN INSPIRATIE. ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN. NIETS VAN DEZE WEBSITE MAG ZONDER VOORAFGAANDE SCHRIFTELIJKE TOESTEMMING WORDEN OVERGENOMEN OF VERMENIGVULDIGD.