

# Verbeter je retail experience; lessen uit Disneyland Paris

20-10-2016 01:31

Recent bezocht ik Disneyland Paris, zonder aanmelding vooraf bij het retail-management. Ik wilde graag de winkels graag beleven zoals een 'normale' gast. Dit zijn mijn ervaringen: **1. Thematisering en decoratie**

; Dit ziet er in vrijwel elke winkel prachtig uit; keuze voor kwaliteit, oog voor detail en de omgeving en de beleving van een droomwereld. De winkels zijn consistent met de beleving in het park. Wie meegaat in de sprookjeswereld zal ongetwijfeld makkelijker overgaan tot een aankoop van meer producten uit deze belevingswereld. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46101,46102"] **2. Routing;** De winkels zijn ingericht om de focus te leggen op 1) specifieke doelzones en 2) shops in shop. Dat zijn vaak afzonderlijke ruimtes binnen een winkel die duidelijk verbonden zijn met het totaalconcept, maar wel een eigen identiteit meekrijgen. Zelfs specialistische winkels (o.a. Pirates of the Caribbean en Buzz Lightyear) passen deze slimme en effectieve indeling toe. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46103,46104"] **3. De collectie;** Het aantal artikelen dat Disney in haar assortiment heeft is natuurlijk indrukwekkend. Daarbij ben ik vooral verliefd geworden op de concepten voor maatwerkproductie (customisation). Het is me nog wel onduidelijk waarom diverse producten, zoals bijvoorbeeld de bekers, zonder verpakking worden aangeboden. Dat gaan we maar eens navragen bij de afdeling retail van het park. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46105,46106"] **4. Innovatie;** Bijzonder onder de indruk was ik van de Star Wars shop, waar bezoekers hun eigen lichtsabel, op maat kunnen samenstellen. Dat is een mooie combinatie van personalisatie, entertainment en doe-het-zelf verkopen. Wat zou de conversie zijn in dit soort winkels? Dit vernieuwende concept zorgt in ieder geval voor een meerwaarde in beleving en plezier op de winkelvloer. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46107,46108"] **5. Zichtbaarheid van de artikelen;** Het is weliswaar niet innovatief, maar wel bijzonder effectief; de pyramidevormige displays die de hoogte in gaan, de fel gekleurde blokken en de hot-spots die de nadruk krijgen. Ook een slimme zet om 'gewone' producten een premium waardering te geven; je plaatst ze in een plexiglas omlijsting. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46109,46110"] **6. Belichting;** De regie over de belichting is ook bijzonder leerzaam. Geen aandacht vestigen op iets wat onbelangrijk is, betekent donkere plafonds. Verder wordt er gebruik gemaakt van een combinatie van gericht spotlicht en diffuse warme ledverlichting. Hiermee wordt de juiste sfeer opgeroepen die past bij de thematisering. [gallery link="file" columns="2" size="medium" ids="46111,46112"]



**7. Training;** In de diverse winkels werd ik steeds beleefd benaderd met een vriendelijke glimlach. Het winkelpersoneel bleef altijd op een rustige en duidelijke manier communiceren. Een absolute topper was Marina, die een oprechte belangstelling toonde in haar klanten en met iedereen oogcontact maakte. Sommige mensen hebben dat van nature meegekregen...

Natuurlijk had ik, als retailenthousiast, gehoopt op nog meer concepten met een wow-effect. Bijvoorbeeld een echt groot schaalmodel van de Sphero BB-8 in de Star Wars shop, die daar de gasten welkom heet. Aan de andere kant betekent beperking van het aantal aandachttrekkers soms ook een kwaliteitsverbetering. Het verhoogt het comfort in de winkel doordat er niet continu op je zintuigen wordt gehamerd. En dan mogen we natuurlijk 'de parade' niet vergeten die door de winkelstraat loopt. Dat is een geweldige meet & greet ervaring die veel mensen naar het winkelgebied toe trekt. Bedacht door 'de meesters!' met dank aan: **Luca Liboa**, specialist in branding en retailconcepten in de recreatiesector. Hij werkt voor [Amusement Hub](#) "Creating emotions that generate value" Hiervoor was hij o.a. werkzaam voor diverse attractie- en themaparken in Zuid-Europa. Bewaren Bewaren

The Amusement Hub