



Spar Kessel: eerste Spar van nieuwe 'digitale' generatie

De vernieuwde Spar in Kessel betekent het startschot voor de nieuwe generatie Spar-supermarkten van Colruyt Group. De buurtsupermarkt is ingericht om het winkelen zo aangenaam mogelijk te maken en op verschillende plaatsen ondersteunt digitale communicatie de winkelbeleving. Dit vernieuwende concept stelt authenticiteit en plezierig winkelen voorop.



“Zo'n twee jaar geleden zijn we gestart met een grondig imago onderzoek. We wilden onze positionering in de markt verscherpen, onze doelgroep opnieuw in kaart brengen en ook onze strategie voor de komende jaren bepalen”, zo begint Kristof De Nayer, verantwoordelijke Operationele Marketing bij Retail Partners Colruyt Group zijn verhaal. “Op basis van deze input hebben we onder andere een nieuw winkelconcept uitgewerkt dat perfect aansluit bij de noden en verwachtingen van onze doelgroep.”



In dit nieuwe, of beter gezegd vernieuwende winkelconcept was ook ruimte voor digitale communicatie:

“We waren ervan overtuigd dat we ook het digitale wilden integreren in ons concept, maar wisten alleen niet goed hoe. Toen we een presentatie van DOBIT over Schoenen Torfs bijwoonden, vielen de puzzelstukjes in elkaar: dit was wat we nodig hadden! We hebben dan ook aan DOBIT gevraagd hoe digitale communicatie binnen ons concept zou passen.”

DIGITAAL CONCEPT

Klanten die bij Spar komen winkelen, springen vaak meermaals per week binnen voor kleinere aankopen, ontmoeten er hun burens en slaan al eens een praatje met de winkeluitbaters. Kortom, de persoonlijke benadering is typerend en cruciaal voor Spar.

“Op basis van heel duidelijk omschreven doelstellingen hebben wij een aantal digitale concepten uitgewerkt”,



aldus Nele Bruers, Business Development Manager bij DOBIT. “Deze concepten ondersteunen één voor één de warme en persoonlijke aanpak van Spar. Zo is er een welkomtscherm aan de inkom waar o.a. medewerkers worden voorgesteld en de schermen aan de versafdelingen geven meer achtergrondinfo over de herkomst en kwaliteit van de producten.”



Met de concepten die DOBIT bedacht, worden de mogelijkheden van digitale communicatie volledig benut. Bovendien is alles mooi geïntegreerd in het winkelconcept. Het totaalplaatje klopt.

KRISTOF DE NAYER
VERANTWOORDELIJKE OPERATIONELE MARKETING

ÉÉN MOOI GEHEEL

Het verschil met de ‘vorige Spar generatie’ is groot. De rekken, gangen en kassa’s zien er helemaal anders uit en de retailer brengt een echt ‘marktgevoel’ naar voren. De winkel is fris, modern, heeft een nieuwe gevel en pronkt met het vernieuwde logo van Spar Colruyt Group. Ook in het digitale verhaal neemt Spar een grote sprong voorwaarts: “In onze ‘oude’ winkels hadden we al schermen hangen, maar dit ging niet veel verder dan het tonen van promoties. Met de concepten die DOBIT bedacht, worden de mogelijkheden van digitale communicatie wél volledig benut. Bovendien is alles mooi geïntegreerd in het winkelconcept. Het totaalplaatje klopt”, aldus Kristof De Nayer.

VOORBEELDTRAJECT

“Voor ons was Spar een voorbeeldtraject. Naast de volledige ROM-begeleiding, installeerden we de schermen, creëerden we content en ook de applicatie van de receptenmachine namen we voor onze rekening”, aldus Nele Bruers. “Iedereen bij DOBIT was nauw betrokken bij dit project en door een open communicatie speelden we kort op de bal.” Ook Kristof De Nayer is erg tevreden over de samenwerking: “DOBIT is op heel korte tijd aan de slag gegaan met onze



RECEPTENMACHINE INSPIRATIE VOOR DE KLANT

Naast de verschillende signage schermen, pakt Spar uit met een interactieve receptenmachine. “De receptenmachine geeft standaard enkele suggesties en daarnaast kunnen klanten ook zelf recepten opzoeken op basis van hun voorkeuren”, aldus Nele Bruers. “Klanten kunnen de recepten mailen of de QR-code scannen om vervolgens de juiste ingrediënten te kopen. Het leuke hierbij is dat hierdoor het ‘Kookmagazine’ van Spar extra in de kijker komt te staan, want ook daar komen deze recepten aan bod.”

doelstellingen en vertaalde deze naar digitale toepassingen die perfect aansluiten bij ons imago. Ze gingen proactief te werk en hadden meteen voeling met waar wij als ‘Spar’ voor staan.”

TOEKOMST VEELBELOVEND

Spar Kessel is de eerste winkel met dit nieuwe concept. “Hoewel het voor de klanten nog een beetje wennen is, zijn de eerste reacties allemaal heel positief”, aldus Kristof De Nayer. “In een volgende stap gaan we klanten opnieuw bevragen. Met de aanbevelingen die hieruit voortkomen gaan we aan de slag om verbeteringen aan te brengen. De bedoeling is om volgend jaar nog 3 extra conceptwinkels te openen.”

“Uiteindelijk zullen we het hele project grondig evalueren”, besluit Kristof De Nayer. “We kijken hierbij uiteraard naar de ROI maar ook naar welke aanpassingen nodig zijn aan interne werkprocessen. Zodra alle puntjes op de i staan willen we alle Spar winkels inrichten naar dit concept!”