- FOOD RETAIL -

WINKELBELEVING EN -INRICHTING IN HET POST CORONA-TIJDPERK

FOOD SHOP
BOSSUYT
CONCEPT DESIGN CREATION

- INTRO -

We kunnen er niet omheen: sinds maart 2020 leven, werken en ondernemen we in een andere wereld. De covid-19 pandemie die zich vanuit China wereldwijd verspreidde, heeft een nooit geziene impact op ons dagelijkse leven. Om de verspreiding van het virus in ons land tegen te gaan, namen de overheden een reeks uitzonderlijke maatregelen, waardoor een groot deel van de economie kwam stil te liggen.

Nu die lockdown stapsgewijs wordt afgebouwd, is het tijd om weer naar de toekomst te kijken. Een toekomst die anders zal zijn dan we tot voor kort dachten. We hopen dat u, als bakker, patissier, chocolatier, slager, traiteur of vishandelaar, heelhuids door deze bizarre tijden bent gekomen. En dat u – naast een reeks uitdagingen op de korte termijn – ook de drive en goesting hebt om volop te blijven ondernemen.

Want ondernemen is per definitie inspelen op steeds wijzigende evoluties, niet in het minst het snel veranderende consumentengedrag. Klanten hebben vandaag heel andere verwachtingen wanneer ze uw winkel binnen stappen, en als u daar goed op inspeelt, zal u daar ook de vruchten van plukken. Het coronavirus verandert daar niets aan, integendeel. Een aantal trends, die we eerder in kaart brachten (zie Food Retail Trend Report), zal zich alleen maar versneld doorzetten.

Net daarin willen we uw gids zijn. Al sinds 1927 is Bossuyt uw partner voor het inrichten van uw zaak en het creëren van een winkel-, zorg- of belevingsconcept. We willen u informeren en inspireren, helpen om te innoveren en om nieuwe concepten te realiseren, om u en uw medewerkers dichter bij uw klanten te brengen.

In deze whitepaper nemen we de belangrijkste trends in consumentenverwachtingen terug onder de loep en gaan we na welke langetermijnimpact de coronaperiode kan hebben op het consumentengedrag.

Ons team van specialisten denkt graag met u mee over wat dat alles concreet betekent voor uw zaak. En hoe u met uw dynamisme en assortiment het verschil kan maken. Samen met u willen we uw klant opnieuw goesting geven. Zodat hij zich goed voelt in uw zaak, zich wil laten adviseren door u, en goesting krijgt om te blijven terugkeren en meer te kopen.

Wij geloven rotsvast in de toekomst.
We kijken er naar uit uw ambities en dromen waar te maken.

Jan & Tom Bossuyt,
mei 2020.

- FOOD RETAIL -

Fygitaal wordt het nieuwe normaal

De concurrentie tussen zelfstandige detailhandelaars en retailketens woedt nog steeds. Toch is er volgens ons een mooie toekomst weggelegd voor de lokale voedingswinkel. De coronamaatregelen hebben het bewustzijn van de consument voor lokaal kopen – zeg gerust "winkelhieren" – aangewakkerd.

Hij hecht ook steeds meer belang aan wat hij koopt en waar het product vandaan komt. Naast de prijsconcurrentie op basisproducten, genieten consumenten terug meer van een 'luxe' product zoals verfijnde chocolade, een zuurdesembrood of een stukje gerijpt vlees. Ook die trend is door corona versterkt.

De conclusie blijft dat kleinhandelaars die kwaliteit aanbieden, met een uitgekiend productassortiment, en sterk verweven zijn met hun buurt, zullen overleven. Op voorwaarde dat ze ook het digitale omarmen…

Bakkerij Buntinx

Dit zijn de trends die voor u van belang zijn:

1 - HYGIËNE

Een hele reeks tijdelijke maatregelen, die de social distancing moesten garanderen en de verspreiding van het coronavirus moesten tegen gaan, zullen blijvend een invloed hebben op de inrichting van voedingswinkels. Hoeveel klanten kan u tegelijk binnen laten en hoe regelt u dat? Hoe organiseert u het verkeer van klanten in de winkel, bijvoorbeeld met een aparte in- en uitgang? Welke signalisatie en afscheiding tussen klanten voorziet u best? Denkt u ook aan automatische deuren om contact te vermijden en aan flexibele mogelijkheden om de handen te ontsmetten tijdens het winkelen?

Delicatessen Chris

Delicatessen Chris

Maar de hoofdvraag is wellicht hoe u uw klanten op een persoonlijke manier kan bedienen en adviseren, terwijl u de nodige afstand houdt? Het persoonlijke contact en uw expertise blijven immers uw absolute troeven. Hier maakt u het verschil mee.

Al die zaken nemen we mee in rekening en zorgen voor structurele aanpassingen bij de inrichting van nieuwe projecten.

2 - DIGITALISERING

Digitalisering is aan de orde in alle sectoren. Als gevolg van de coronacrisis zien we dit alleen maar versnellen. Contactloos betalen met een bankkaart of een app bijvoorbeeld is een realiteit die niet meer in vraag wordt gesteld.

Denk ook na over online bestellen via een webshop. Dat zien we ook doorbreken voor voedingswinkels. Maar dan moet u in uw winkelconcept wel aandacht hebben voor de afhandeling van die bestellingen. U leest er hieronder meer over bij 'connected convenience'.

Bakkerij Buntinx

3 - CONNECTED CONVENIENCE

Bakkerij Buntinx

Naast het persoonlijke contact en de adviesverlening wil de consument ook zoveel mogelijk gebruiksgemak of 'convenience'. Hij is intussen gewoon geraakt aan online shoppen en de voordelen ervan: altijd en overal een aanbod vinden, waarbij zijn keuze snel aan huis wordt geleverd. De coronamaatregelen, waarbij verplaatsingen werden beperkt, hebben deze trend nog versterkt en meer dan ooit spreken we over 'connected convenience'.

De uitdaging is dus om die digitale troeven te integreren in uw fysieke winkelpunt. Als u "fygitaal" (FY-siek én di-GITAAL) wordt, combineert u het beste van twee werelden en speelt u maximaal in op de nieuwe consumentenverwachting.

Zorg er bijvoorbeeld voor dat u naast een bedieningstoog met advies, een mogelijkheid biedt waarbij de klant in zelfbediening zijn producten kiest. Dit speelt in op de trend naar meer aandacht voor hygiëne. Aan de kassa blijft er ruimte voor persoonlijk contact.

Daarnaast zien we het concept voor onbemande zelfbediening stilaan opgang maken. Als voedingswinkel kan u daar op inspelen door een aparte ruimte voor afhaal te voorzien. Denk aan het installeren van automaten voor het verdelen van producten of aan de selfscan-mogelijkheden waar klanten via supermarkten mee vertrouwd raken.

Bakkerij Buntinx

4 - CRAFTERS ARE THE NEW ROCKSTARS

Eén van de grote trends uit een consumentenonderzoek dat we bij Bossuyt lieten uitvoeren is: crafters are the new rockstars, of een algemene herwaardering voor het traditionele ambacht en artisanaal gemaakte producten. Die trend beschouwen we als een blijver, gelet op de aandacht die de consument vandaag heeft voor kwaliteit, ecologische impact en lokaal shoppen.

In uw winkelinrichting kan u hier volop op inspelen. Stel uw ambacht en vakmanschap in de kijker, gun de klanten een blik op hoe u uw producten bereidt of afwerkt. Maak ruimte om het verhaal erachter te kunnen vertellen. Het zal u ook helpen om uit te leggen hoe u precies aandacht schenkt aan hygiëne, de herkomst van uw grondstoffen, het unieke van uw producten...

Delicatessen Chris

Bakkerij Buntinx

5 - VERANDERENDE CONSUMPTIEPATRONEN

Een nieuwe trend onder invloed van corona, zijn veranderende consumptiepatronen. De consument heeft de voorbije maanden duidelijk meer zelf gekookt en gebakken, maar de vraag blijft in welke mate dit zich zal doorzetten. Ook het algemene vertrouwen van de consument in zijn financiële situatie is onzeker en kan voor verandering zorgen, met bijvoorbeeld meer aandacht voor promoties en voor goedkopere producten (minder patisserie, minder rundsvlees, ...)

Het feit dat consumenten meer gebruik hebben gemaakt van afhaalmaaltijden bij restaurants, kan een blijvende nieuwe vorm van concurrentie zijn voor bakkers, slagers en traiteurs. Maar misschien kan u daar ook op inspelen door een foodbox of mogelijkheden voor bereide maaltijden via delivery aan te bieden, al dan niet in samenwerking met partners.

Bakkerij Buntinx

Delicatessen Chris

TOT SLOT

Om het verschil te maken, en in te spelen op de veranderende noden van de consument, blijven trends een goed vertrekpunt. Ons team bij Bossuyt wil u graag helpen om de verschuivingen als gevolg van de coronacrisis en de nieuwe concepten waar u nood aan heeft, te bespreken en concreet uit te tekenen voor uw zaak.

De bedoeling van deze whitepaper is om u te inspireren, om u aan het denken en aan het dromen te zetten. We denken graag met u mee om uw ideeën en plannen om te zetten in realiteit, en stellen daarvoor al onze expertise (ook uit andere sectoren dan de uwe) ter beschikking.

Contacteer ons voor meer informatie of een vrijblijvende afspraak.

Wij hebben goesting om uw partner te zijn !

FOOD SHOP
BOSSUYT
CONCEPT DESIGN CREATION

Noordlaan 21
B-8520 Kuurne
T +32 (0)56 36 11 70
F +32 (0)56 36 11 71
info@bossuytshopinteriors.be
www.bossuytshopinteriors.be