

A woman with short brown hair, wearing a dark quilted jacket over a grey patterned sweater and a red top, is pushing a metal shopping cart in a supermarket. The cart is filled with fresh produce, including green leafy vegetables. The background shows the blurred aisles of a supermarket with bright lighting.

PHILIPS

Winkelverlichting

Globus

Casestudy

Verkoop stimuleren door klanten te sturen met verlichting

“

Bij dit project met Philips zijn we erin geslaagd om **klanten naar bepaalde producten te leiden en de omzet te verhogen**”

Dhr. Scheller,
winkelmanager Globus Saarbrücken-Güdingen



Eén van de grootste winkelketens in Duitsland gebruikt LED-verlichting om zijn klanten een bijzondere winkelervaring te bieden en de verkoop in de aanbiedingenruimte te verhogen.

Klanten prikkelen

Globus, opgericht in 1828, is een retailketen van hypermarkets en elektronikawinkels die zich wil onderscheiden door de service aan klanten. De vestiging in de Duitse stad Saarbrücken wilde de winkel verbeteren door haar klanten een unieke winkelervaring te bieden en, met name, de aanbiedingenruimte spannender en aantrekkelijker te maken.

De juiste verlichting

Globus werkte samen met Philips Lighting om met behulp van het StoreWise-systeem drie verschillende verlichtingsscenario's te implementeren en te onderzoeken in de aanbiedingenruimtes in de winkel. Het eerste verlichtingsscenario simuleerde de effecten van de bestaande verlichting: een gelijkmatig lichtplan als uitgangswaarde voor het onderzoek. Bij het tweede scenario, gericht op accentverlichting, werden spots gebruikt om bepaalde artikelen te benadrukken en contrast te creëren. Het derde scenario was een combinatie van spotverlichting en gekleurde uplights. De kleuren van de pastelkleurige uplights beïnvloedden niet alleen de emoties van de klanten, maar vergrootten ook de zichtbaarheid van de aanbiedingenruimte op afstand. Met StoreWise werd een planning gemaakt voor de afwisselende weergave van deze drie verschillende verlichtingsinstellingen, verdeeld over de dagen in een periode van twee maanden.

Gedurende deze periode van twee maanden werden klanten gevolgd via sensors in winkelwagentjes, werd het aantal klanten geteld dat tijd doorbracht in de aanbiedingenruimte, en werden verkoopgegevens geanalyseerd. Samen met het DFKI (het Duitse onderzoekscentrum voor kunstmatige intelligentie) deed Philips Lighting onderzoek naar de invloed van deze verlichtingsscenario's op het aantal klanten dat de aanbiedingenruimte binnenging, de tijd die ze er doorbrachten en de verkoop.

“

Globus is tevreden over het succes van de test en het winkelmanagement is er meer dan ooit van overtuigd **dat ze het gedrag van klanten wel degelijk kunnen beïnvloeden met verlichting.**”



Casestudy
.....
Saarbrücken,
Duitsland
.....
Systeem:
StoreWise
.....

Beknopte feiten

Klant

Globus

Locatie

Saarbrücken, Duitsland

Systeem

StoreWise

De resultaten waren voor elk scenario in verschillende mate positief. Vergeleken met het eerste scenario, met gelijkmatige verlichting, steeg bij spotverlichting het aantal mensen dat de aanbiedingenruimte binnenging met zeven procent. Bij het scenario met zachte, pastelkleurige uplights gingen nog eens acht procent meer klanten de aanbiedingenruimte binnen. In totaal gingen dus vijftien procent meer mensen de aanbiedingenruimte binnen ten opzichte van het eerste scenario, dat met gelijkmatige verlichting.

De winkelmanager was vooral te spreken over het derde verlichtingsscenario, met naast de zachte pastelkleurige uplights ook de populaire spotverlichting. Dit scenario leidde tot een spectaculaire omzetstijging van zes procent, bovenop de vijftien procent meer mensen die de aanbiedingenruimte binnengingen.

Beïnvloeding van klantgedrag bij supermarkt Globus - Saarbrücken, Duitsland



Standaard
gelijkmatige
verlichting



Spotverlichting



Spotverlichting
en gekleurde up-lighting

