



**PHILIPS**

Winkelverlichting

Shell

Casestudy

Samenwerking  
leidt tot **nieuwe**  
**winkelervaring**



“ Ik vind het heel verfrissend dat Philips aandacht heeft voor de zakelijke kant van verlichting. Want alles wat we in dienst van de klant doen, moet leiden tot een duurzaam en winstgevend resultaat.”

Ewout Rooda  
Manager Convenience Retail Benelux & France, Shell



Ondanks de groei van e-commerce vinden de meeste verkopen in de detailhandel nog steeds plaats in winkels. En in het geval van tankstations is de rol van de winkel nog belangrijker, met slechts vier minuten om klanten te vermaken, inspireren, aan zich te binden en te informeren.



Bij Shell worden bepaalde categorieën op verschillende momenten van de dag benadrukt met een hogere lichtsterkte, om zo meer klanten te trekken en de verkoop te vergroten.

#### Klanten prikkelen

Winkelgedrag en de uiteindelijke keuze van klanten worden bepaald door een combinatie van waarneming en emotionele respons; het is daarom belangrijk dat een winkelomgeving meerdere zintuigen aanspreekt. En verlichting speelt daarbij een belangrijke rol. Shell wilde de mogelijkheden van verlichting onderzoeken, zoals de invloed ervan op klantgedrag en hoe het de winkelervaring kan verbeteren.

#### De juiste verlichting

LED-verlichting biedt niet alleen uitstekende lichtkwaliteit, maar draagt ook bij tot een betere presentatie en zelfs het behoud van producten. Op basis van deze kenmerken heeft Philips LED flavors en FreshFood-recepten ontwikkeld die specifieke visuele kwaliteiten van bepaalde productgroepen versterken en die producten vers houden.

In de Shell-winkel werd CrispWhite geïnstalleerd bij promotiedisplays en impulsproducten voor een mooiere presentatie en om extra aandacht te trekken. Bij het broodjesschap werd het speciale FreshFood-recept Champagne voor brood en verse levensmiddelen geïnstalleerd, om de producten een verse en aantrekkelijke uitstraling te geven. Het Champagne-recept werd ook geïnstalleerd bij de koffiecorner, voor een warme en goudkleurige gloed.

Bij deze prominente gebieden zijn verschillende lichtsterkten getest om meer kopers naar deze specifieke gebieden te trekken op verschillende momenten van de dag.

#### Routes analyseren en waarneming beoordelen

Na de installatie is zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek uitgevoerd in samenwerking met een onafhankelijk onderzoeksbureau. Tijdens het kwantitatieve onderzoek werden met behulp van beveiligingscamera's



Casestudy

Shell

Binnen -  
winkelverlichting

## Beknopte feiten

### Klant

Shell

### Locatie

Rijswijk (Schaapweg), Nederland

### Producten

StyliD met lichtrecept

Champagne en CrispWhite

bezoekersaantallen, routes en de verblijftijd in verschillende gebieden van de winkel gemeten. Daarnaast werd klanten gevraagd naar hun mening over de algehele sfeer, de omgeving en de presentatie van de producten in de winkel. Uit de analyse bleek dat de effecten op klanten aanzienlijk waren en ieders verwachtingen overtroffen.

### De resultaten

Shell heeft inzicht gekregen in de koopvoorkeuren op specifieke momenten van de dag, waardoor ze de indeling van de winkel en de productpresentatie konden optimaliseren. De dynamische lichtinstellingen, aangepast aan het moment van de dag, genereerden extra verkeer naar bepaalde productcategorieën.

Daarnaast werd de presentatie van producten verbeterd. Klanten oordeelden positief over de uitstraling van de producten en de sfeer in de winkel bij de gekozen verlichtingssmaken en -recepten, op drie verschillende gebieden:



De levendige helderheid doet natuurlijk aan en voorkomt 'hardheid'



Hogere lichtniveaus maximaliseren het gevoel van hygiëne en versheid



Het speciaal afgestemde lichtspectrum benadrukt de natuurlijke kleuren van het voedsel en de verpakking

Daarnaast noemden klanten het toegenomen gevoel van veiligheid, vooral 's avonds en 's nachts. En tot slot had het personeel minder last van vermoeide ogen en moeheid.

## De belangrijkste voordelen van de installatie



Inzicht in koopvoorkeuren op specifieke momenten van de dag



Meer verkeer naar speciaal belichte productcategorieën gedurende de dag



Verbeterde uitstraling van de uitgestalde producten



Klanten voelen zich veiliger

