

Brico Sint-Truiden vervangt korting door Beleefbon

Brico Sint-Truiden stapt uit "de wedloop van eeuwige kortingen", door korting in te ruilen voor beleving. De vestiging lanceert een 'Beleef Sint-Truiden Box', een cadeaubox voor wie in de winkel grote aankopen doet.

Waardebon voor een lokale beleving

Elke zaterdag, zondag en op feestdagen ontvangen klanten er, bij elke aankoop van minimum 200 euro, een 'Beleef Sint-Truiden Box'. Die bevat een waardebon voor twee personen ter waarde van 50 euro, waarmee je in Sint-Truiden iets kan 'beleven' bij een viertal deelnemende partners. De bedoeling is dat de inhoud van de box varieert, maar op dit moment zijn er de volgende mogelijkheden: een theatervoorstelling in De Roxy bijwonen, als VIP een wedstrijd van STVV meepikken, bier proeven in Café du Soleil of gaan ontbijten in Grand Café Stayen.

Door in te zetten op belevingsmarketing wil Brico Sint-Truiden de relatie met de klant versterken.

We bieden onze klanten een moment van geluk en positivisme. Je mag zelf gebruik maken van de beleefbox, maar je kan deze ook wegschenken. Als klusser krijg je vaak hulp van vrienden of familie, bijvoorbeeld bij een verbouwing. Door je helpende handen deze box te geven, druk je jouw waardering op een originele manier uit.

— Peter Aerts, zaakvoerder

Wel nog nationale prijsacties

Het experiment loopt een jaar en zal dan worden geëvalueerd. Als het een succes blijkt, ziet zaakvoerder Aerts al nieuwe mogelijkheden om het aanbod in de beleefbox te verruimen, zolang het maar lokaal is. Die lokale verankering is immers een duidelijke troef, ziet ook professor Pauwels, docent marketing aan de UHasselt.

Uit een studie in opdracht van de initiatiefnemers bleek overigens dat slechts 10% van de consumenten verandert van winkel uit prijsoverwegingen. Gemak, service en beleving zijn dus nog steeds meer doorslaggevend voor de consument dan het prijsargument, menen ze bij Brico Sint-Truiden.

Nationale kortingsacties gaan nog wel gewoon door. "Vroeger gaven we klanten zelf ook vanuit ons winkelpunt nog extra kortingen, maar we merken dat klanten daar eigenlijk niet per se om vragen. Bovendien hadden we al heel lang een samenwerking met theater De Roxy: klanten kregen daar een kortingbon voor bij ons."

Voor particulieren in het weekend

Waarom de actie alleen in het weekend en op feestdagen loopt? Peter Aerts: "We draaien 50% van onze omzet in de weekends. Dan bereiken we dus ook de meeste klanten. In de week hebben we vooral professionelen en semi-professionelen als klant en zij hebben eigen kortingskaarten. Met de beleeftbox richten we ons daarom op particulieren."



OVER BRICO

Brico is the number one "Do It Yourself" chain in Belgium. At Brico customers find a wide range of do-it-yourself items, garden products and decoration. Brico also offers a large number of services with regard to the do-it-yourself sector.



Briconewsroom