

Laten we samen #verder gaan!

Zojuist heb je de campagne gezien waarmee we SPAR op de kaart zetten. In deze campagne draait het allemaal om generatie V, die bij SPAR veel komt!

Generatie V wil niet stilstaan, maar verder gaan. Ervaringen die verder gaan. Smaken die van verder komen. En tegelijk zegt hij: 'maak het makkelijk en snel, want ik moet verder!' Deze consument verwacht ook dat waar de offline informatie over een product ophoudt deze online verder gaat. Dat wanneer de winkel gesloten is hij online verder kan shoppen.

We gaan in de campagne aan heel Nederland laten zien wie SPAR is. Landelijk gaan we #verder op: tv, Facebook, Instagram, YouTube en Spotify. Maar we gaan ook verder in de folder, POS materialen en het zomermagazine.

Daarmee nodigen we de klant uit om eens een kijkje te komen nemen in onze winkels. Wanneer je thuis iemand uitnodigt wil je ook graag dat het er netjes uit ziet en zet je vaak nog even de laatste puntjes op de i.

van offline  online van online  offline

Generatie V shopt zowel online als offline. Dat betekent dat we als SPAR daar moeten zijn waar de klant is. Daarom vragen we extra aandacht voor de 5 punten, die hierna volgen.

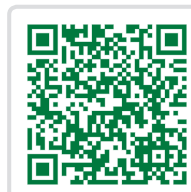
#1 in de winkel

waarom

Waarschijnlijk staan hieronder heel veel dingen die je normaal ook altijd doet, maar waarvan het goed is om het net dat beetje extra aandacht te geven. Kun jij onderstaande 5 punten afvinken? Dan ben jij campagne klaar!

1 het team

- ☐ Het uitzendschema van de commercials communiceren we later via een week- of dagbericht.
- ☐ Scan de QR code (via de camera van je smartphone) of ga naar www.spar.nl/premiere-sparcampagne om de bioscoopopname te laten zien aan het team.



2

warm welkom

- ☐ Bespreek met je team het belang van gastvrijheid.
- ☐ Leg je klanten extra in de watten gedurende de campagne periode, door bijvoorbeeld klanten te begroeten, meelopen met de klant en bijvoorbeeld het inpakken van boodschappen of het meelopen naar de auto.

3

de winkel van buiten

- ☐ Zijn alle vlaggen nog netjes en heel?
- ☐ Is het SPAR logo op de gevel schoon?
- ☐ Is de stoep geveegd?
- ☐ Zijn de ramen gewassen?
- ☐ Is het stoepbord en clickframe met schutvellen nog in orde?

4

bedrijfskleding

- ☐ Draagt iedereen in de winkel de bedrijfskleding?

5

de winkel van binnen

- ☐ SPAR city: extra focus op verscounter
- ☐ SPAR buurt: extra focus op de broodafdeling 2.0
- ☐ SPAR buurt: wordt de loyaliteitsactie gepresenteerd?
- ☐ Heb je je dagelijkse AGF ronde gelopen via het AGF checkbord?
- ☐ Hangen alle campagne materialen en SPAR digitaal materialen in de winkel?
- ☐ Is er op meerdere plekken in de winkel iets lekkers te proeven?
- ☐ Is de kassa netjes en schoon



#2 winkelspecifieke pagina

waarom

Door middel van jouw specifieke pagina op www.spar.nl kun je jouw (potentiële) klanten voorzien van juiste en relevante informatie. Het kost je maar een uurtje en daarna kun jij gewoon weer #verder.

1

Welke services biedt jouw winkel?

Ga naar: Topdesk > Kennissysteem > Ecommerce Algemeen > Services op winkelpagina

2

Verhoog je lokale vindbaarheid door een winkel specifieke tekst

Ga naar: <https://www.spar.nl/winkelspecifieke-pagina/>

3

Heb jij je social media pagina's al gekoppeld zodat klanten je direct kunnen volgen?

Ga naar: portaal.spar.nl

4

Wil jij zelfzorggeneesmiddelen online verkopen? Vraag dan het CIBG logo aan.

Ga naar: Topdesk > Kennissysteem > Ecommerce Assortiment > EU logo bij de ZZG artikelen

5

Laat zien hoe jouw winkel er uit ziet door middel van een foto van jouw winkelpand.

Ga naar: Topdesk > zoek op "Ik wil een nieuwe foto op de website"

6

Veel buitenlandse toeristen in je winkel? Laat jouw pagina vertalen.

Ga naar: Topdesk > zoek op "website meertalig"

7

Zijn de postcode bezorggebieden ingegeven?

Ga naar: portaal.spar.nl

8

Heb jij alle aangepaste openingstijden voor 2019 al doorgegeven?

Ga naar: portaal.spar.nl

#3 social media

waarom

Bijna iedereen heeft tegenwoordig een smartphone waarmee o.a. verschillende social media kanalen bezocht worden. Facebook is nog steeds één van de meeste gebruikte social media kanalen, daarom is het belangrijk om je lokale Facebookpagina up-to-date en relevant te houden voor de klant. Content kun je eenvoudig onderhouden door onderstaande tips en stappen te nemen:

- ☐ Maak consequent gebruik van ContentPulse. Mocht je nog niet zijn aangesloten op ContentPulse neem dan contact op met je bedrijfsadviseur. Hij/zij kan je voorzien van de benodigde inloggegevens waarna je een account kunt aanmaken. Hieraan zijn géén kosten verbonden. Na het aanmaken van het account is er een training beschikbaar via de SPAR academie, waarin stap voor stap wordt uitgelegd wat de mogelijkheden zijn van Facebook. Wil je deze gratis training volgen? Scan dan de QR code en vraag de training aan via de SPAR academie.
- ☐ Ben je al aangesloten op ContentPulse dan raden we je aan om de posts actief te plaatsen. Zo is je Facebookpagina gevuld met relevante informatie en inspiratie.
- ☐ Uiteraard zetten we tijdens de campagne voldoende posts klaar in ContentPulse, zodat ook jij deze kunt delen. Tip: door een klein budget achter de posts te zetten, maak je jezelf veel zichtbaarder.



#4 richt Google Mijn Bedrijf in

waarom

Het is een belangrijke tool om je lokale online zichtbaarheid te vergroten. Zo helpt het je klanten om je winkel te vinden met bijvoorbeeld routebeschrijvingen, of makkelijk met een klik jouw winkel te bellen, maar ook wat de openingstijden zijn. Wij sluiten jouw winkel daarom graag aan op Google Mijn Bedrijf. Een ander voordeel is dat we ook routebeschrijvingen en locatie informatie kunnen laten zien in betaalde advertenties die landelijk uitgezet worden.

ik heb nog geen Google Mijn Bedrijf account

- ☐ Google heeft in de afgelopen weken een briefkaart naar jouw winkel gestuurd met een 5-cijferige code. Stuur deze 5 cijfers met de naam van de winkel naar: ecommerce@despar.nl.
- ☐ Wij kunnen dan de vermelding verder in orde maken en wanneer de informatie op onze website wordt aangepast, voert Google dit door op Google Mijn Bedrijf

Wil je zelf ook toegang tot het account om aanpassingen door te voeren? Voeg aan de e-mail dan ook een g-mailadres toe, zodat het e-commerce team je kan uitnodigen voor de Google Mijn Bedrijf pagina.

ik heb al een Google Mijn Bedrijf account

- ☐ Log dan in op het account en ga in het linker menu van de winkel naar gebruikers
- ☐ Klik rechtsboven op het poppetje met het plusje
- ☐ Voer sparecommerce@gmail.com in en kies bij rol voor “eigenaar” (je blijft zelf primaire eigenaar van de winkel-vermelding)

#5 SPAR digitaal

waarom

Om relevant te blijven voor de generatie V van nu en in de toekomst, die zowel online als offline actief is, laten we onze klanten op laagdrempelige wijze kennismaken met de samensmelting van de digitale wereld en de fysieke winkel.

Hierbij kun je denken aan betaalgemak (Payconiq en Tikkie), online besteloplossingen (webshop, voedsel apps) en digitale content in de winkel (recepten en productinformatie).

Welk kanaal de klant ook gebruikt; computer, mobiel, de fysieke winkel of reclamemateriaal we moeten ervoor zorgen dat ze allemaal op elkaar zijn afgestemd. De 360° graden benadering helpt ons daarbij. De komende periode starten we met het vergroten van de online zichtbaarheid in de fysieke winkel. Met deze stap maken we onze klant bewust van de online SPAR wereld die is opgebouwd uit:



Hiervoor heb je in de afgelopen weken een pakket ontvangen. Nadat je bedrijfsadviseur het onderwerp heeft toegelicht willen we je vragen de POS materialen die je hebt ontvangen in je winkel te plaatsen.



**maak je winkel
campagne klaar en
verder**