



Colruyt gaat voluit voor digital signage

Met meer dan 200 vestigingen is Colruyt de Belgische leider in het supermarktsegment. Ecologie en maatschappelijk verantwoord ondernemen maken een significant deel uit van de bedrijfsfilosofie. Eerlijk, open en efficiënt communiceren is hierbij een randvoorwaarde. DOBIT werd na een lange evaluatieprocedure uitgekozen om het digital signage-project mee vorm te geven en uit te voeren.

colruytgroup

“Colruyt heeft een lange traditie in klantcommunicatie”, stelt Wim De Bal, Account Manager bij DOBIT. “Via posters, folders en videoschermen worden winkelbezoekers geïnformeerd over de herkomst van de producten, de energiebesparende maatregelen van de groep of worden vacatures aangekondigd. Colruyt kwam bij ons terecht in haar zoektocht naar dynamische, flexibele en ecologische communicatiekanalen.”



Het is erg belangrijk om zowel qua vorm als op het vlak van inhoud congruent te communiceren. In het geval van Colruyt wil dat zeggen dat kernwaarden als eenvoud, authenticiteit en efficiëntie naar voren moeten komen. De testen laten zien dat de klanten dit ook zo ervaren. Missie geslaagd!

NELE BRUERS
BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER

ROM-BEGELEIDING: OPTIMALE RETURN ON MESSAGE

Nele Bruers is verantwoordelijk voor de strategische begeleiding vanuit DOBIT: “We hebben Colruyt voorgesteld om te kiezen voor een volledige ROM-begeleiding (Return On Message). Die bestaat uit een analyse van de kritische succesfactoren, het opzetten van een real-life testsituatie en het verwerken van de testresultaten in concrete aanbevelingen.”



“Uit de analyse bleek dat Colruyt-klanten prijsbewust en efficiënt winkelen en dat Colruyt hierbij streeft naar korte wachtrijen”, aldus Nele Bruers. “Voor ons betekent dit dat klanten de schermen slechts korte tijd te zien krijgen en we dus best opteren voor een korte content loop van maximaal 2 minuten. Deze en nog vele andere bevindingen zijn cruciaal voor bepaalde keuzes om uiteindelijk tot een succesvolle en rendabele digital signage-oplossing te komen.

TESTFASE

De ROM-analyse resulteerde in een test in vier winkels, verspreid over Vlaanderen, in het Colruyt hoofdkwartier en bij marketingpartner Premedia. Gedurende vier maanden werden schermen van verschillende formaten in verschillende configuraties opgehangen, werd geëxperimenteerd met de content en de lengte van de loops en werd gepeild naar reacties van klanten.

Wim De Bal: “De testen hebben aanleiding gegeven tot een aantal relevante aanpassingen. Zo werd duidelijk dat we moesten kiezen voor een groot scherm in landscape-positie boven de kassa. Ook de vormgeving van de content is aangepast. Kortom, dankzij de test en de bijsturing is de effectiviteit van de schermen en de communicatie heel sterk gestegen.”

“Na de testfase werd een bevraging gedaan bij een representatieve selectie van 200 Colruyt-klanten. Hieruit bleek dat de klanten het project als zeer positief evalueren. Volgens de bevroagden was de communicatie helemaal in lijn met wat zij verwachtten van Colruyt.”



RETURN ON MESSAGE

Een ROM-analyse vertrekt vanuit de randvoorwaarden en de doelstellingen van de klant. Daarnaast worden ook de noden van de doelgroep in kaart gebracht en de mogelijke locaties besproken. Nele Bruers: “De bedoeling van deze ROM-analyse is om een duidelijk beeld te krijgen van de factoren die de Return On Message positief beïnvloeden. In dit vooronderzoek kruipt heel wat tijd, maar we merken wel dat dit een enorme meerwaarde biedt! Dankzij de bevindingen kunnen wij schermcommunicatie doordacht inzetten. Want efficiënte, effectieve en rendabele digitale communicatie, daar gaan we voor!”

VAN PLAN TOT REALISATIE

De ROM-analyse en de uitgebreide testen waren voor Colruyt de ‘proof of concept’ die de onderneming finaal deed beslissen om een digital signage-netwerk op te zetten samen met DOBIT en met Scala als back-bone voor het contentbeheer.

Wim De Bal: “Colruyt heeft uiteindelijk gekozen voor een uitgebreid project, met schermen op verschillende plaatsen in de winkels, zoals de kassa’s, de slagerij, de versafdeling en Collishop. Ook hangt er een interactief touchscreen bij de diepvriesafdeling waar klanten recepten kunnen opvragen. De implementatie bij Colruyt is een mooi voorbeeld van een efficiënt én effectief digital signage-project!”



DOBIT

DOBIT nv Industrielaan 6, 2250 Olen (België) • t +32 (0) 14 285 785 • info@dobit.com

DOBIT bv Steenovenweg 5, 5708 HN Helmond (Nederland) • t +31 (0) 492 472 638 • info@dobit.com

www.dobit.com