



DE KERNVRAAG IS:

## HOE WIL IK ME IN DE MARKT PROFILEREN?

Deze vraag zou zich iedereen in de retail moeten stellen. Vreemd genoeg gebeurt dit nog veel te weinig volgens Klinkers Retail<sup>3</sup>. ‘Waar sta ik?’, ‘waar wil ik naar toe?’ en ‘hoe wil ik dat bereiken?’, zijn essentiële vragen bij het plannen van een winkelinterieur of een shop-in-shop formule. “Esthetica, doelgroepgerichte vormgeving, functionaliteit en rendement moeten hand in hand gaan bij het bepalen van een retailconcept. Ze moeten passen in het gewenste profiel. Samen met onze klant komen we tot een plan waar identiteit en profilering een belangrijke rol spelen”, aldus Klinkers.

### Diepgang en visie

Klinkers Retail<sup>3</sup> heeft een unieke formule, ze brengen diepgang in advies, ontwerp en realisatie. Het sympathieke interieurbouwbedrijf uit Ulestraten, een randgemeente van Maastricht, bestaat reeds meer dan 80 jaar en heeft met name in de laatste jaren een interessante ontwikkeling doorgemaakt. Het bedrijf focust zich op het creëren en realiseren van retailconcepten. Een onderneming met een bescheiden voorkomen, maar ook met een trotse inborst. Gedegen kennis van de retailmarkt, uitstekende designcapaciteit, hoog kwaliteitsstreven en een onstuitbare drang tot innoveren, maken van Klinkers Retail<sup>3</sup> een bedrijf met een grote innerlijke kracht.

### Klanttevredenheid en klantentrouw

En trots mogen ze dus zijn. De hoge mate aan klanttevredenheid en klantentrouw is de beloning voor de succesformule van Klinkers Retail<sup>3</sup>. Het toverwoord is empathie, het zich kunnen verplaatsen in de klant, maar ook in de klanten van de klant. Dat is ware partnership. Klinkers heeft onder andere zijn sporen verdiend in de boekhandel en de kantoorvakhandel waar ze bewezen hebben omzetstijging te verkopen. Maar ook de lederwarenbranche heeft de kracht van Klinkers Retail<sup>3</sup> ontdekt. Een concept van Klinkers is doordacht. Aan alle omzetmotoren wordt aandacht besteed, van routing tot productpresentatie. Klinkers Retail<sup>3</sup>, advies, design en realisatie per m<sup>3</sup>!

### Shop-in-shop

Goede shop-in-shop formules zijn de uitdaging van deze tijd. Branding wordt steeds belangrijker, het product komt in zijn eigen merkgeving immers het best tot zijn recht, profilering en beleving zijn dan controleerbaar.

Het creëren van de juiste omgeving is een kunst op zich. De uitdaging zit er echter ook in om de shop-in-shop formule dusdanig te ontwikkelen dat de winkelier dit graag toestaat in zijn shop. Past de bewuste formule immers wel in zijn winkelconcept? De acceptatiegraad bepaalt uiteindelijk ook het succes van een shop-in-shop. Dit spanningsveld begrijpt Klinkers Retail<sup>3</sup> als geen ander.



**Cavalier: "gewenste positionering"**  
Cavalier is een ambitieuze nieuweling op de markt van luxe tassen. Corine Haacke van Cavalier: "Klinkers Retail<sup>3</sup> wist met het ontwerp van een tweetal shop-in-shop displays perfect de gewenste positionering te communiceren. De geraffineerde toepassing van LED verlichting en de grafische ondersteuning zorgen ervoor dat mijn tassencollectie de extra aandacht krijgt die het verdient."



**Dieleman in Tholen: maandelijkse omzetstijging van 20%**  
Dieleman heeft een breed assortiment van kantoorartikelen, -machines, schoolgerei, wenskaarten en gadgets. De familie van Tighem koos voor de derde keer op rij voor Klinkers als partner toen ze een nieuw pand betrokken, waarbij 450 vierkante meter in het nieuw gestoken werd. "Klinkers heeft met grote deskundigheid de karakteristieke ruimte ingericht". Klinkers Retail<sup>3</sup> denkt graag out of the box en dat wordt gewaardeerd.



**VW Zuid-Limburg: "vakmanschap in maatwerk en persoonlijke aandacht"**  
Klinkers verzorgt de inrichting van de Limburg Winkels en de VW steunpunten. De Limburg Winkel is een innovatief retail concept ontwikkeld door VW Zuid-Limburg. Het inhoudelijke concept werd succesvol omgezet werd door Davey Backx. Edith Kurris, adjunct directeur van VW Zuid-Limburg: "Klinkers is een bedrijf met oog voor ambacht, vakmanschap in maatwerk en persoonlijke aandacht".



**Sacoche Geleen: "interieur geeft meerwaarde aan producten"**  
Less is More! Sacoche in Geleen heeft goed aangevoeld dat dit geen loze kreet is. Een strak interieur waar een select aantal producten de ruimte heeft gekregen. Het maakt de producten waardevoller qua uitstraling en dat is de beleving die men wilde bewerkstelligen. Dannie Heijnen: "Klinkers Retail<sup>3</sup> heeft succesvol het exclusieve karakter vertaald". ■

