

Lokale stickerboeken versterken lokale verankering én omzetverhoging



Lokale spaaracties voor lokale verankering én omzetverhoging. Dat is het gerecht dat Touch Local Loyalty aanbiedt aan zelfstandige uitbaters van supermarkten. De recente acties van Delhaize Lokeren bewijzen dat met de juiste ingrediënten dit gerecht zeer in de smaak valt van bestaande en nieuwe klanten.

Twee jaar geleden namen Charlotte Plouvier en Mathew Verbruggen het beheer van de Delhaize aan de Oeverstraat in Lokeren in handen. De winkel ligt naast het op- en afritencomplex van de E17 in Lokeren. *“Een echte bestemmingswinkel, met vooral in het weekend veel mensen die met de wagen komen en hun kar goed volleggen”,* zegt Mathew.

Kort na hun aantreden kwam het ambitieuze duo in contact met Roy Spitters van Touch Local Loyalty. Dat leverde acties op die de winkel helpen te verankeren en de lokale community versterken. En tegelijk de omzet

verhogen! *“Met lokale spaaracties belonen we trouwe klanten en lokken we ook nieuwe klanten”,* zegt Mathew. *“Mensen vinden spaaracties voor producten van Rowenta of Leifheit interessant. Daarnaast investeren we in community-acties: stickerboeken in samenwerking met lokale sportclubs.”*

Kant-en-klare spaaracties van A-merken zijn gemakkelijk in te plannen en belonen trouwe én nieuwe klanten, licht Roy Spitters toe. *“Stickeracties spelen meer in op beleving en community-building, het is belangrijk om een goede mix te hebben van beide soort acties.”*

NETWERK OPBOUWEN

Het stickerboek dat Charlotte en Mathew maakten in samenwerking met Sporting Lokeren was een enorm succes. Ook de actie met de lokale hockeyclub was een schot in de roos. *“We haalden nieuwe klanten binnen en*

een deel daarvan komt nu vaker langs. We kunnen dat niet altijd meten, maar we haalden de investering er zeker uit en we kregen meer visibiliteit.” Mathew knikt: *“Meer klanten, meer omzet én we bouwden met deze community-acties ons lokaal netwerk op. We werden vaker ‘top of mind’ bij de mensen in Lokeren: zo’n stickeractie is telkens acht weken onderwerp van gesprek.”*

LOKALE VERANKERING EN LOKAAL AANBOD

Samenwerken met een echte topclub is misschien moeilijker. Een club met veel lokale leden die familie en vrienden mobiliseren, is interessanter. Een voorwaarde tot succes is dat de sportclub commitment toont. Touch Local Loyalty helpt met de foto’s, de naleving van de GDPR-regels enzovoort. *“Dat lokale karakter is belangrijk”,* zegt Charlotte. *“We trekken dat door in de winkel, met een aanbod van lokale producten, van aardappels tot mocktails. Mathew en ik zijn altijd actief geweest in jeugd- en sportverenigingen, die clubs liggen ons na aan het hart.”*

Er is een grote emotionele impact, bevestigt Mathew. Ook omgekeerd! *“Op een event van de club herkenden mensen ons en begonnen ze spontaan over onze stickeractie te vertellen. Dat is pas echte lokale verankering!”*

Het succesverhaal van Delhaize in Lokeren toont dat lokale marketing werkt. Touch Local Loyalty helpt zelfstandige supermarkten om zich te onderscheiden waar het ertoe doet: in hun eigen buurt. Ze maken van klanten échte fans.



We haalden de investering er zeker uit en we kregen meer visibiliteit.



MEER
INFORMATIE

