



# Digitaal scherm Instructievideo in winkel toont hoe je thuis op de juiste manier thee zet



Techniek: digitaal scherm in winkel

## Executive Summary

Een digitaal scherm in de winkel toont informatieve filmpjes over hoe je correct thee zet en plaatst producten in de kijker. Dit maakt de wachttijd aan de kassa aangenamer, verhoogt impulsaankopen en versnelt het verkoopproces.

## Uitdagingen

Bij Teastation kies je als klant uit een assortiment van meer dan 200 soorten losse thee om warm te drinken of om ice tea te maken. Medewerkers adviseren een klant over welke thee het beste past bij zijn of haar behoeften en geven uitleg over hoe deze thee het best gezet wordt voor een optimale smaakbeleving. Ook komen er regelmatig nieuwe producten bij die Teastation extra onder de aandacht wil brengen. Elke klant krijgt voldoende aandacht en uitleg. Bij drukte in de winkel kunnen de wachttijden bijgevolg oplopen. De uitdaging ligt in het versnellen

van het verkoopproces, door een gedeelte van de informatie op een andere manier te geven.

## Technologie

In de winkel werd een scherm voorzien waarop een korte instructievideo toont hoe je thee op een correcte manier zet. Dit filmpje duurt ongeveer 30 seconden en wisselt af met producten in de kijker. De instructievideo's werden door Teastation gefilmd en achteraf gemonteerd en ondertiteld door Digitopia. Het gebruiksvriendelijke content management systeem laat Teastation toe om zelf regelmatig nieuwe producten en filmpjes toe te voegen om zo seizoensgebonden te werken en vaste klanten regelmatig nieuwe inhoud te tonen.

Als extra geheugensteuntje wordt bij aankoop van thee een klein kaartje met daarop een QR-code meegegeven. Scant de klant de code met een smartphone, dan linkt deze door naar een instructievideo. Via de video ervaart een klant dezelfde sfeer, vriendelijkheid en kennis als in de winkel. (Meer hierover: zie business case Teastation QR-code)

## Inzichten

Inzichten werden verworven door:

- Zowel vóór als na het invoeren van het digitaal scherm klanten te bevragen,
- Te observeren in de winkel of klanten naar het scherm kijken,
- De zaakvoerder te interviewen.

## Resultaat en voordelen

Uit de bevraging blijkt:

- Klanten komen nagenoeg altijd naar Teastation voor thee en ongeveer 1/4 komt eveneens voor toebehoren.
- Ruim 70% geeft aan via de verkoopster alle informatie te ontvangen.
- 1 op 3 ontvangt de informatie via de verpakking.
- 25% heeft het digitaal scherm in de winkel opgemerkt (\*).
- 12% keek er doelbewust naar, waarvan 2% het filmpje uitkeek.
- Volgens 1 op 3 heeft het scherm een meerwaarde.
- Bij diegenen die het scherm hebben zien hangen, stijgt het aantal tot 4 op 10.

(\* ) Mensen die het scherm niet zagen, gaven in de meeste gevallen aan dat het hen niet opgevallen was, gevolgd door de melding dat ze wisten waarvoor ze kwamen en recht op hun doel afgingen of direct geholpen werden.

## Vereisten & budgetindicatie

Een digitaal scherm heb je al vanaf € 1.300. Schermen in etalages kosten een flink stuk meer omdat je rekening dient te houden met de lichtintensiteit en weerspiegeling. Afhankelijk van de grootte van het scherm, de installatie (inbouw, opbouw, ...), de

complexiteit van de applicatie en specifieke wensen zal de kostprijs uiteraard variëren.

Daarnaast heb je ook software nodig om de beelden af te spelen. Software verbonden met het internet maakt het mogelijk om vanop afstand beelden en filmpjes aan te passen. Hier hangt meestal een eenmalige kost aan vast en/of een maandelijkse licentie vanaf € 25 per maand. Sommige aanbieders bieden bijkomend een beeldservice met contentcreatie aan. De investering hangt dus af van de wensen van de retailer.

## Key take-aways

- Waar je je scherm plaatst is van groot belang: niet te hoog, niet te laag, zorg voor voldoende helderheid en vermijd direct zonlicht.
- Kies een systeem waarbij je makkelijk inhoud aanpast in de look-and-feel van je winkel.
- Zorg regelmatig voor nieuwe, relevante inhoud.
- Plaats de producten die je toont in de directe omgeving van je scherm, zo stimuleer je impulsaankoop. Digital signage is immers vaak een indirect medium, waar klanten het scherm niet bewust opmerken maar wel onbewust door worden beïnvloed.
- Software is meestal cloudgebaseerd waardoor een goede internetverbinding cruciaal is.

**Deze retail business case werd gerealiseerd in het TETRA-project Digitale transformatie van de fysieke winkel door expertisecentra PXL Innovatief Ondernemen en Smart ICT.**

Met dit VLAIO-gesubsidieerd project worden handvaten aangereikt aan retailers om door middel van digitale transformatie doelgerichter in te spelen op de noden van de klant van de toekomst.

Meer informatie:

<https://retailinnovatie.pxl.be/>  
[innovatiefondernemen@pxl.be](mailto:innovatiefondernemen@pxl.be)



## Over Teastation

Teastation biedt naast een assortiment van meer dan 200 soorten losse thee, een ruime keuze aan unieke toebehoren, hippe tassen, trendy kannen, praktische filters, toffe bottles voor ice tea, theesets en nog zoveel meer!

<https://teastation.eu/>

## Over Digitopia

Digitopia is een jong en dynamisch bedrijf dat zich toespitst op digital signage of digital out of home (DOOH) genoemd. Digitopia biedt een volledige service voor een unieke digitale signage ervaring vanaf de conceptfase tot de implementatie met continue support.

[www.digitopia.be](http://www.digitopia.be)

Met steun van

AGENTSCHAP  
INNOVEREN &  
ONDERNEMEN



Vlaanderen  
is ondernemen