

CASE OVERZICHT

AW LAB Stores

AW LAB PROFIEL

Athletes World, opgericht in 1997, is de toonaangevende Italiaanse sportkledingfabrikant met meer dan 150 winkels.

Nadat er in 2011 een marktonderzoek werd uitgevoerd naar klanten en merkbekendheid, zag Athletes World aanleiding om haar merkidentiteit te veranderen en een nieuwe uitstraling te geven aan alle sportzaken, aansluitend op de merkmissie "Your Urban Style Refresher". Het nieuwe merk AW LAB werd opgericht in september 2011 en de nieuwe generatie winkels werden ontworpen als trendsettende "urban sport style" workshops. De nieuwe merknaam is gemakkelijk te onthouden en het logo is een duidelijk en herkenbaar icoon dat de jonge generatie en de digitale wereld aanspreekt.

De visie achter de strategie



De strategie van AW LAB is erop gericht een breed assortiment unieke producten van de belangrijkste internationale sportmerken, modieuze sportkleding en sportschoenen aan te bieden. Bovendien worden de klanten bijgestaan door een professioneel verkoopteam dat hen deskundig advies geeft. Het belangrijkste kenmerk van AW LAB is namelijk interactie met de klantendoelgroep.

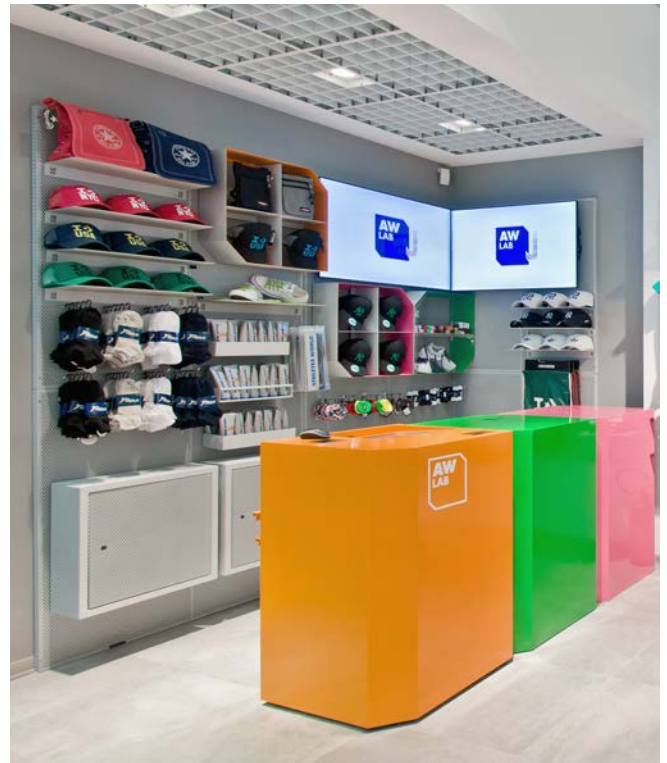
"We willen een sterke band opbouwen met onze klanten, zodat onze winkels een aantrekkelijke plaats worden om te bezoeken" zegt **Rocco Carena, Marketing Manager bij AW LAB.**



De winkels zijn heringericht om de nieuwe merkidentiteit te belichamen waarin elk kenmerk voortkomt uit het logo en de gebruikte kleuren.

De klantbeleving in de winkel is ingericht als een digitale winkelervaring, inclusief digital signage en in-store radio, waarbij het eerste zowel in de etalages als achter de toonbanken zal worden geplaatst en het tweede zal worden gebruikt om muziek af te spelen en informatie over de producten te verspreiden.

“Aanleiding voor deze verandering was de behoefte aan meer communicatiemiddelen om onze klanten (die altijd hoge verwachtingen hebben en gewend zijn aan allerlei soorten reclameprikkelers) te bereiken. Door gebruik te maken van innovatieve media kunnen we de loyaliteit van klanten vergroten, de communicatie met klanten verbeteren en het aantal verkopen verhogen. De bekendheid van ons merk is hierdoor gestegen” aldus Rocco Carena, Marketing Manager bij AW LAB.



De oplossing



AW LAB was op zoek naar een leverancier met betrouwbare technologie en professionele dienstverlening die aan de communicatiebehoeften kon voldoen. Na een benchmark evaluatie van de voornaamste digital signage leveranciers, koos AW LAB voor M-Cube. Het bedrijf voldeed aan alle eisen, zowel in technologisch opzicht met het digital signage platform Scala als in de dienstverlening. AW LAB was al bekend met M-Cube als leverancier van in-store radioservices voor Bata, dat deel uitmaakt van dezelfde groep als AW LAB. Het was daardoor al in de gelegenheid geweest om het hoge niveau van dienstverlening te ervaren.



Digital Signage

M-Cube levert de digital signage schermen aan de winkels en beheert de content van het volledige netwerk. Tot op vandaag zijn er 75 AW LAB-winkels vernieuwd. Als onderdeel van de nieuwe inrichting zijn de winkels voorzien van een digital signage display in de etalage en een banner display achter de toonbank.

Content

Het is het doel van AW LAB om de verschillende toepassingen van digital signage in te zetten om de communicatiemogelijkheden met klanten in de winkel uit te breiden. De content van de schermen kan snel worden bijgewerkt en via verschillende kanalen worden gedeeld. Het wordt wekelijks bijgewerkt in alle winkels en bestaat uit: promotievideo's van producten en tv-spots van partners, AW LAB-video's, live-evenementen en lifestyle-video's ter ondersteuning van de marketingcampagnes in de winkel.

In-Store Radio

Dankzij de in-store radio is de proximity marketing nog spannender en pakkender. De muziek begeleidt de klant tijdens het winkelen en verbetert daarmee de winkelbeleving. Bovendien stelt het AW LAB in staat om op een vernieuwende manier met de klanten te communiceren. De AW LAB Radio vertegenwoordigt het merk en zorgt voor een samenhangend beeld in alle winkels.

"De informatie wordt altijd bijgewerkt en onmiddellijk verstrekt. Dankzij de uniekheid van dit systeem kunnen mededelingen en lopende aanbiedingen efficiënt worden gecommuniceerd ter ondersteuning van activiteiten in de winkel", aldus **Rocco Carena, Marketing Manager bij AW LAB.**



M-Cube biedt een totaalpakket aan in-store radio, centraal beheerd vanuit de M-Cube Radio afdeling. Het dagprogramma wordt in de winkels uitgezonden via de M-Cube player, een audio-apparaat van pocketformaat dat door het bedrijf zelf is ontwikkeld. De M-Cube player wordt dagelijks via het internet bijgewerkt. Dankzij de "Store & Play"-technologie wordt het dagelijkse programma echter op een geheugenchip opgeslagen en afgespeeld zonder afhankelijk te zijn van een internetverbinding - in tegenstelling tot een streamingdienst.

De muzikontwerpers van M-Cube maken de dagelijkse programma's aan de hand van de instructies van AW LAB. Ze maken de afspeellijsten en plannen de uitzendtijden voor het dagelijkse programma, advertenties en mededelingen. Na een marktonderzoek heeft AW LAB muziekgenres gekozen die het best aansluiten bij de smaak van zijn klanten. De afspeellijsten worden regelmatig bijgewerkt om aan te sluiten bij de nieuwste muzikentrends. Het dagprogramma wordt afgewisseld met een mix van muziek op verschillende uren van de dag.



Rocco Carena verklaart: “ De digital signage heeft de marketingmix een impuls gegeven door de integratie van de in-store communicatie met multimedia-inhoud. Het heeft een grote impact en trekt de aandacht van de klant, waardoor het een karakteristiek kenmerk wordt van de AW LAB winkels. De in-store radio maakt proximity marketing nog spannender en pakkender en geeft onze winkels een sterke merkidentiteit door de muziek.”



OVER ONS

Het is onze missie om toenemende emotionele digitale belevingen voor winkels te creëren, door technologie en content te leveren voor innovatieve en interactieve retail in de 105 landen waarin we actief zijn.

We verzorgen de in-store communicatie voor meer dan 400 merken, van het ontwerpen van oplossingen tot de ontwikkeling van content, van systeemintegratie tot de installatie in de winkel en het beheer van de totale dienstverlening.

Storever Belgium | M-Cube Group

Boulevard International 55K - 1070 Brussels

M-Cube France

Weteringschans 165 C - 1017 XD Amsterdam

dag@mcubeglobal.com

www.mcubeglobal.com

Amsterdam • Brussels • Frankfurt • HongKong
London • Madrid • Milan • Paris • Shanghai
Toulouse • Trieste