



Van klant naar community

in zes stappen

Een sterke community bouw je niet door harder te roepen, maar door mensen zich welkom, gezien en betrokken te laten voelen. Online én in de winkel.

Bij Kabine begint dat gevoel bij zee, familie, vakantie en nostalgie. Niet als decortruc, maar als onderstroom in het hele merk.



trademart
moving retail forward

Een klant koopt bij je

Een community leeft met je mee

De route in zes stappen van Kabine

1 Kies met buikgevoel

Producten, trends en kanalen veranderen. Maar mensen onthouden hoe ze zich voelen als ze bij jou over de drempel stappen.

2 Maak je DNA zichtbaar

Je DNA moet voelbaar zijn tot in de kleinste details. Van interieurkeuzes tot hoe je medewerkers je klanten aanspreken.

3 Geef een reden om te blijven

De geur van koffie, het gebabbel aan tafel, kinderen die nog even blijven spelen: het zorgt ervoor dat klanten hun tijd nemen.

4 Verdien vertrouwen

Luister meer dan je praat. Stel vragen. Denk oprecht mee. Een klant die zich gezien voelt, komt sneller terug dan iemand die enkel iets gekocht heeft.

5 Spontaan online

Je hoeft geen groot budget te hebben om mensen dichterbij je merk te brengen. Een eerlijke video, een vraag aan je volgers of een spontaan winkelmoment kan soms meer doen dan een perfecte campagne.

6 Groei met hetzelfde kompas

Leg vast wat je merk herkenbaar maakt, van sfeer tot tone of voice, en gebruik dat als kompas bij elke nieuwe stap. Zo kan je uitbreiden zonder je eigenheid te verliezen.

3x vertrouwen bouwen

1 Luister vóór je oplost

Stel vragen, laat de klant uitpraten en check of je het goed begrepen hebt. Pas daarna komt je advies.

2 Zeg ook eens: "Dit is niets voor jou"

Eerlijk advies blijft langer hangen dan een snelle verkoop. Soms win je net vertrouwen door iets níét aan te raden.

3 Doe wat je belooft

Zeij dat je nog zou bellen, mailen of iets opzoeken? Kom erop terug. Kleine afspraken nakomen maakt een groot verschil.



3x let's get into action!

Je hoeft niet alles tegelijk aan te pakken. Kies elke week één duidelijke stap die je merk en community sterker maakt.

01 Statement piece Present Time bij TICA • Level C
02 Karaf en Glazen set Remember bij Prefix Design • S Dakar 117-118 - Home & Living Level D
03 Kruk Remember bij Prefix Design • S Dakar 117-118 - Home & Living Level D
04 Tapijt Lorena Canals • S Dakar 125 - Home & Living Level D

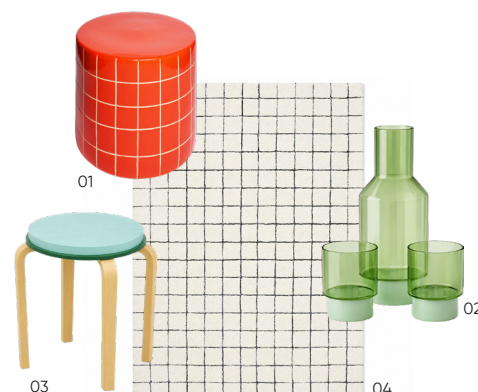
Week 1 & 2: gevoel & DNA

Kies drie woorden die omschrijven hoe klanten zich bij jou moeten voelen. Giet je merkelofte daarna in één heldere zin en leg die voor aan je team en enkele mensen die je merk goed kennen.

Week 3: creëer een blijf-moment

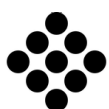
Bedenk één concreet blijf-moment: iets waardoor klanten langer rondkijken, iets proberen, een gesprek aangaan of graag terugkomen. Ga langs bij Trademart en zoek items die dat moment extra kracht kunnen geven.

Deze Trademart items geven een leuke touch aan je blijf-moment:



Week 4: speel het online uit

Breng je community ook online tot leven. Deel spontane momenten uit je winkel, stel jezelf en je team voor en vertel het verhaal achter je merk.



trademart
moving retail forward