

Narrowcasting in de tankshop

De afgelopen jaren is het fenomeen narrowcasting gemeengoed geworden in de tankstationbranche. Het op screens bij de kassabalie geanimeerd weergeven van acties en mededelingen wordt beschouwd als een innovatieve, effectieve en goedkope manier van klantcommunicatie en wordt al in veel tankstations door heel Nederland toegepast. Op de schermen verschijnt een mix van commerciële en shopperrelateerde uitingen.

Digitale communicatie

Het doel van digitale communicatie via narrowcasting - oftewel strategisch geplaatste screens - in de tankshop kent drie elementen. Ten eerste verkort het gevoelsmatig de wachttijd in de rij voor de kassa, de zogenaamde 'wachverzachter'. Bewegend beeld trekt nu eenmaal sneller de aandacht dan stilstaand beeld, waarbij de lichtintensiteit van de animaties het effect versterkt.

Ten tweede kunnen tijdens dit wachtmoment relevante acties gecommuniceerd worden. Informatie over de activiteiten van het tankstation, zoals de spaar- en wasprogramma's maar ook bijvoorbeeld de shopaanbiedingen. Eventueel kan dit uitgebreid worden met items zoals nieuwsheadlines. Aangezien iedere klant langs de kassa moet, is dit in de tankshop dé plek om alle klanten te bereiken en te informeren danwel te stimuleren tot impulsaankopen van producten of diensten die direct bij de kassa te verkrijgen zijn.

Ten derde kan de betreffende oliemaatschappij de merkbeleving en klantenbinding ondersteunen en verhogen door de content (inhoud) in een aantrekkelijk en herkenbaar jasje te gieten. Bijvoorbeeld de promotie van schone brandstoffen, imagocampagnes en centrale spaar- en actieprogramma's.



Werkwijze

RAP Media BV is één van de aanbieders die dit concept doorvoert in het petrolikanaal. RAP verzorgt kosteloos de instore communicatie voor de tankstations. Op de flatscreens worden afwisselend maar continue shop-, spaar- en wasacties, mededelingen en attenties getoond aan de bezoekers van het tankstation. Naast de technische realisatie (flatscreens, software en randapparatuur) maakt RAP tevens de opmaak van alle door het tankstation gewenste content. De ondernemer heeft dus nergens omkijken naar. Voor de tankstation ondernemers is dit concept gratis. Dit kan omdat in de zeer korte 'loop' van gemiddeld 2 minuten, alle specifieke tankstationacties en mededelingen worden afgewisseld met een beperkt aantal, veelal landelijke, sponsors. Een kwalitatief en duidelijk concept waarmee de ondernemer snel en effectief kan communiceren.

Klantbeleving

In hoeverre is narrowcasting een effectieve tool voor de zelfstandige tankstation ondernemer en in welke mate voegt het iets toe aan de merk-, prijs- en servicebeleving van de klanten? Ziet de ondernemer de vertoonde acties op de screens ook terug in de shopomzet? Drie gebruikers lichten het antwoord kort toe.

André Tsjaarda, BP Businesspark Heerenveen: "Je merkt dat de klanten reageren op het scherm. Onze actiestelling staat direct bij de ingang, dus daar kan niemand om heen. We doen mee met de landelijke BP-acties en met het scherm in de shop geeft dat een uniforme en professionele uitstraling. De acties voeren we online in, dat werkt heel eenvoudig. Op de aangegeven startdatum draait vervolgens een geanimeerde commercial. Zien doet eten of drinken, met de acties op het scherm kun je mensen verleiden. RAP stuurt mij ook de actiecommercials per email zodat ik ze op de website kan zetten. Kortom, een compleet en effectief concept."



Huib Dircken, Esso Oostweg Zoetermeer: "De flatscreens werken heel gebruikersvriendelijk. Doordat je op de gebruikersbeheerpagina de start- en stopdatum van een actie moet aangeven, worden altijd de actuele acties vertoond. Ik heb er verder geen omkijken naar. Regelmatig hoor ik positieve reacties van klanten op het scherm. Ik kan moeilijk meten of de shopomzet gestegen is door het scherm. Tegelijkertijd met het plaatsen van het scherm is ook de shopomzet flink verbouwd en is de shopomzet flink toegenomen. Ik kan dus niet zeggen welk deel van de stijging puur veroorzaakt wordt door het scherm maar dat het er aan bijdraagt, lijkt me zeer aannemelijk."

Karin Kok, Shell Tankstation Kok A4: "Wat we merken toen het scherm geplaatst werd, was dat bijvoorbeeld ook de minder populaire broodjes-van-de-week beter verkochten. De uitstraling van de shop is er nog positiever en professioneler door geworden en toch nog steeds in de stijl van Shell. RAP is goed in het verzorgen van de commercials, het werkt perfect. Je ziet dat mensen er naar kijken als ze in de rij staan, ze nemen dan ook regelmatig impulsief een actieproduct mee."

Wat doet RAP Media?

RAP Media verzorgt het complete instore TV/Digital signage/Narrowcasting traject voor tankstations door heel Nederland, van installatie tot contentcreatie. RAP Media is 2,5 jaar geleden opgericht door broers Hessel en Elmer de Vries en heeft inmiddels een landelijk netwerk van bijna 300 tankstations over alle merken. RAP plaatst de hardware en sluit het systeem aan op een ADSL-verbinding waarna de gebruiker direct via een eigen online gebruikerspagina zijn content kan beheren. Daarnaast heeft de gebruiker toegang tot een creatiestudio, die op professionele wijze alle specifieke locatie content produceert.