**3.3 kb Theorie winkelinrichting**

Over winkelinrichting is vooraf goed nagedacht. Als de winkel goed is ingericht, verkoop je meer producten.

Bij winkelinrichting houd je rekening met:

* Uitstraling
* Sfeer
* Overzicht
* Rust

Sfeer en uitstraling kun je bereiken met productpresentaties, aanbiedingen en blikvangers (eyecatchers).

Een **blikvanger** of **eyecatcher** in de winkel geeft extra aandacht voor producten, bijvoorbeeld:

* Presentaties op beeldschermen
* Demonstraties en proeverijen van producten
* Afbeeldingen om de aandacht te trekken
* Displays (tijdelijke presentaties) met (nieuwe) producten

De winkel heeft een bepaalde **routing,**dit is de richtingwaarin je vanaf de ingang naar de kassa wordt geleid.

Bij de inrichting let je op overzicht:

* Producten waar je het meest aan verdient, zet je rechts, op ooghoogte, in het schap.
* Zorg voor brede looppaden.
* De kassa duidelijk zichtbaar of aan het eind van de route.
* Zorg dat de klant overal bij kan.

Met de winkelinrichting ben je er nog niet, je moet natuurlijk ook aandacht besteden aan de buitenkant, het **exterieur** van de winkel. Het exterieur bestaat uit de winkelpui, de etalage en de entree.

De klant moet je herkennen aan de **huisstijl**. Met een **logo** en **kleuren** kun je opvallen tussen de andere winkels.

De huisstijl wordt gebruikt op alles wat van jouw winkel komt:

- Alle papieren (afleverbon, rekening, pakbon, enz.)

- Verpakking

- Winkelpui

- Auto

- Bedrijfskleding

Overal waar je huisstijl herkenbaar is, noem je **huisstijldragers**. Duidelijk herkenbaar voor iedereen is bijvoorbeeld McDonald’s.



Om een duidelijk beeld te krijgen van de inrichting van de winkel, ga je een filmpje bekijken.