

Ontspannen winkelen tijdens Shopping Weekeinde Haarlem

Vrijdagavond 17 september start in de Haarlemse binnenstad het tweede Shopping Weekeinde. De nadruk ligt volgens Marjolein van der Groen, voorzitter van de organisatie, op de beleving. 'De winkels zijn vrijdag tot 22.00 uur open, er zijn verrassingsop-tredens van musici, er is een rode loper van biologisch afbreekbaar krijt en een Makersmarkt zondagmiddag op de Grote Markt. We doen er met de retail en horeca alles aan om de bezoeker het mooie van fysiek winkelen te laten ervaren.'

Het Shopping Weekeinde wordt georganiseerd door het Activiteiten Overleg Centrum (AOC). Dat gebeurt onder auspiciën van Haarlem Centraal, de koepel van straatverenigingen in de Haarlemse binnenstad. Voor de uitvoering is het evenementenbureau Paint it Yellow verantwoordelijk. Marjolein van der Groen: 'Daar werken we al jaren prettig mee samen. Net als met de gemeente en Haarlem Marketing overigens. Met alle partijen is de laatste weken intensief overleg gevoerd om de veiligheid van bezoekers te garanderen. Daarom ook die verrassingsop-

tredens. Niemand weet precies wie of waar op vrijdag, zaterdag en zondag optreedt. Dit om de doorstroming van de bezoekers te garanderen.'

Nadruk op gezelligheid

Volgens Marjolein van der Goen werkte die opzet vorig jaar heel goed. 'De nadruk ligt op een verantwoorde en veilige manier te zorgen voor gezelligheid en ontspannen winkelplezier. Al dan niet in combinatie met een spontaan optreden op straat, een hapje en een drankje. Er worden daarom opnieuw fysieke 'rode lopers' ingezet. Jonge gastheren en gastvrouwen, fleurig gekleed in een rood pak. Zij vertellen bezoekers waar leuke activiteiten worden georganiseerd.'

Kwaliteit van de binnenstad

'Daarnaast letten ze scherp op de veiligheid. Bovendien communiceren we als organisatie bewust niet het woord korting. Wij leggen als Haarlem Centraal en het Activiteiten Overleg Centrum de nadruk op de kwaliteit van onze binnenstad. Ik heb zelf twee modezaken in Haarlem en het Shopping Weekeinde betekent voor ons drie



Foto: RAP Fotografie - Ramon Philippo

Retail en horeca in Haarlem zijn klaar voor het Shopping Weekeinde. 'Voor ons zijn het drie topdagen, we kijken er naar uit.'

topdagen. Van collega-ondernemers weet ik dat zij daar ook naar uitkijken.'

Shopping Weekeinde wordt mede mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van de BIZ Binnenstad Haar-

lem. Rabobank Haarlem-IJmond staat volledig achter het initiatief. Volgens Rabobank is een levendige en economisch florierende binnenstad essentieel voor de lokale en regionale bevolking. Bovendien is de binnenstad

als geheel, na de Waarderpolder, de tweede werkgever van de stad Haarlem. Dat maakt het Shopping Weekeinde extra belangrijk.

www.rabobank.nl/haarlem-ijmond

Editie 8 Haarlemse Prinsjesdag Lunch

De inschrijving voor de 8e editie van de Haarlemse Prinsjesdag Lunch, dinsdag 21 september, is geopend. De locatie voor de bijeenkomst voor zakelijk en bestuurlijk Haarlem, op de dag dat de troonrede wordt voorgelezen, is opnieuw het Van der Valkhotel Haarlem. Gastspreker deze keer is Sylvester Eijffinger. De econoom en hoogleraar aan de Universiteit van Tilburg laat zijn licht schijnen op de actuele sociale en economische situatie.

Vanwege Covid-19 zijn er extra spelregels voor deelname aan de Haarlemse Prinsjesdag Lunch. Toegang is alleen mogelijk na tijdige aanmelding en bezoekers hebben een speciale QR-code nodig, want de bijeenkomst valt onder de evenementenregeling 'Testen voor Toegang'. Als de vraag groter is dan de capaciteit, dan is het bestelmoment relevant.

www.haarlemseprinsjesdaglunch.nl

Lokale digitalisering belangrijk voor winkeliers

Ruim 70% van de Nederlanders geeft aan tegenwoordig vaker lokaal te shoppen dan voorheen. Tegelijkertijd is het aantal online aankopen met 30% toegenomen. Online en lokaal shoppen wordt nog wel eens los van elkaar gezien, maar dat is zeker niet terecht.

Een bezoek aan een fysieke winkel wordt meer en meer bepaald door wat zich daarvoor online afspeelt. Consumenten oriënteren zich tegenwoordig bijna volledig online. In 2020

deed maar liefst 94% van de shoppers in de Benelux en Scandinavië eerst online onderzoek voordat ze hun aankoop in een fysieke winkel deden.

Website als visitekaartje

Een website is een mooi voorportaal en visitekaartje voor de fysieke locatie en dient daarom qua uitstraling en gebruiksvriendelijkheid een gelijkwaardige ervaring te bieden. De mogelijkheden daartoe zijn tegenwoordig ruim. Het is nog nooit zo eenvoudig

geweest om digitaal een-op-een met klanten te communiceren. Waar je in een winkel op dagelijkse basis tientallen bezoekers kunt verwachten, kan dat online op lokaal niveau oplopen tot honderden of zelfs duizenden. Allemaal potentiële winkelbezoekers. Des te belangrijker om het totale plaatje online goed voor elkaar te hebben.

Online de eerste slag winnen

Een lokale strategie is dus een must. Investeer in een website die functionaliteit biedt om spullen af te halen en om afspraken te maken. Zorg voor goede lokale vindbaarheid, ruim 80% van de smartphone gebruikers zoekt naar lokale winkels om een product te kopen. Richt je website hierop in en adverteer op relevante zoektermen; Google biedt tegenwoordig de mogelijkheid om specifiek je winkelassortiment online te presenteren.

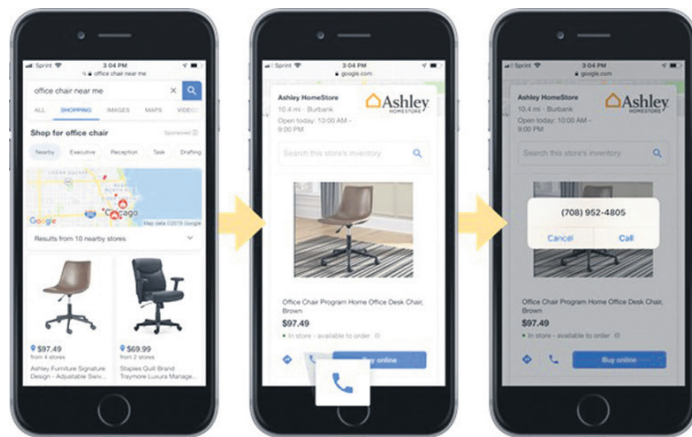
Zorg dat je op social media regelmatig zichtbaar bent en maak waar nodig gebruik van lokale influencers. Zorg



tot slot dat je online al in contact komt met je doelgroep. Gebruik chatfuncties, whatsapp, videobellen of andere manieren om het persoonlijk te maken. Wie online de eerste slag wint, plukt daar offline de vruchten van.

Pieter Borst

SDIM maakt hoogstaande online marketing haalbaar voor alle organisaties. Meer weten? www.sdim.nl



7 AGENDA

Voor de complete zakelijke agenda: www.goedezaken.nu/agenda

Als gevolg van de Covid-19-maatregelen zijn verschillende bijeenkomsten afgelast of verplaatst. Tip: check de websites van de organisaties voor de meest actuele stand van zaken.

DI. 31 AUGUSTUS

Sparkz Netwerkdiner

Voor beleidsmakers & ondernemers, met per gang een andere tafelindeling. Vanaf 18.00 uur
Locatie: Bij Qunis, Lijnden
www.sparkznetworking.nl

DO. 2 SEPTEMBER

NetwerkenWerk!

Online bijeenkomst, netwerk voor HR-professionals uit Zuid-Kennemerland en IJmond.
10.00-11.30 uur
www.wspzkip.nl

MA. 13 SEPTEMBER

Online workshop Werk&Mantelzorg

Door de gemeente Haarlem, voor werkgevers, leidinggevenden en HR.
15.30-17.00 uur
Aanmelden: m.tillema@werkenmatelzorg.nl

COLOFON

Goede Zaken is een commerciële uitgave, in samenwerking met diverse partners, geproduceerd onder redactionele verantwoordelijkheid van:

decoalitie
COMMUNICATIESPECIALISTEN

Tips en contact: goedezaken@decoalitie.nl

Let's do business
waarderpolder.nl

holland
hogeschool

The Locals
RECLAMEBUREAU

Bedrijf & Samenleving
Haarlem & Omstreken



Rabobank

KRANS
NOTARISSEN

