

Weg met die Click-Sint!

Wanneer deze RetailTrends uitkomt is die goede, oude Sint alweer vertrokken naar Spanje. Toch neem ik u graag nog even terug naar medio november. Terwijl ik voor mijn idee nog aan het nazomeren was, confronteerde de goedheiligman mij ineens met zijn verjaardag. Per e-mail. Natuurlijk was hij de zaterdag daarvoor binnengehaald in de stad, maar als eigentijdse (online) shopper zien ze me daar niet meer zo vaak. Ook Piet blijkt innovatief en Sinterklaas is getransformeerd tot click-Sint. De mail kwam via lootjestrekken.nl. Gezellig met elkaar vijf keer opnieuw die schaal met loodjes laten rondgaan, totdat een ieder zijn gewenste slachtoffer voor dat jaar in de knuist heeft, is geworden tot nostalgie. Op de ijskastdeur tref je ook niet langer het centrale surpriselijstje, waaraan in de loop naar pakjesavond toe ieder gezinslid steeds weer wat kon toevoegen. Nee, op een site je verlanglijst doorgeven is de missieve, althans als je de dagelijkse reminders met dreigende straffen voor wilt zijn. En aan weken onrustig slapen onder druk van het eeuwige gebrek aan inspiratie 'wat nu weer te verzinnen voor surprise' doen we ook niet meer. Waarom moeilijk doen als we sinterklaassurprise.nl hebben? De diverse sites reiken je overigens ook meteen de cadeaus aan, die je in sommige gevallen ook meteen kunt bestellen. Gemak dient de mens. En op sinterklaasgedichten.com of gedichtenboek.nl verkrijgen we, nadat we wat woorden invullen, ook meteen een gedicht. Je krijgt er zelfs tips voor een 'persoonlijk' gedicht. Het moet niet gekker worden. Hoezeer gemak en online mij ook aanspreken, toch schrok ik ervan. Zo hebben we Sinterklaas toch nooit bedoeld? **Waar is die andere 'G' van Genot, of nog beter Gezelligheid, gebleven?** Die 'G' is in de donkere weken toch de allerbelangrijkste trigger om consumenten tot geïnspireerde shoppers en gepassioneerde kopers te maken. 'Oh, kom er eens kijken': daar hadden we Sint toch voor bedoeld? Beste retailers, hierbij beloof ik plechtig dat ik volgend jaar vooruit ga lopen op de trend. Ik zal 'crosschannel' gaan, maar dan over de bruggen van de binnenstad van Utrecht. En zal me met blinkende ogen laten verwonderen door jullie fantastische etalages, terwijl ik op zoek ga naar bijzondere, persoonlijke cadeaus en surprises, geholpen door jullie gepassioneerde hulppieteren, die ook nog eens geweldig inpakwerk leveren. Ik kijk er nu al naar uit om me door jullie te laten inpakken, zodat Sinterklaas 2012 weer Genieten wordt, zoals Genieten bedoeld is.

Fred Eikelenboom



HANSNEL GROEP

communicatie • online marketing • retail solutions • content

Laat uw merk off- en online vlammen en stromen