**5 Tips van Caroline Haaker van Designing Haaker**

1. **Vertel een verhaal**
"Straal originaliteit uit. Waarin onderscheidt jouw winkel zich? Welke doelgroep spreek je aan? Welke stijl past daarbij? En welk gevoel? Kortom: vertel jouw verhaal in jouw etalage.
2. **Kies voor één stijl**
“Welke stijl past er bij jouw (marketing)verhaal? Grafisch, strak of speels? Kies bewust voor één stijl en laat die stijl, keer op keer, terugkeren in je etalage.
3. **.Keep it clean!**
“Zorg ervoor dat je etalage schoon en goed verlicht is, waardoor je producten mooi uitkomen.”
4. **Verleid vanuit een understatement – maak het niet te vol**
“Prop je etalage niet vol, maar verleid vanuit een understatement. Maak keuzes en selecteer een paar complete sets. Zo laat je op een rustige manier ook je accessoires zien.”
5. **Pak je moment!**
“In deze tijd is ieder moment er één, dus pak je moment! Verzorg je etalage en pas deze frequent aan. Verras en verleid!”

**5 tips van Willemijn de Wit van de Bijenkorf**

1. **Straal hoop uit**
“Creëer een boodschap die positiviteit en hoop uitstraalt. Wij vernieuwen deze boodschap continu. Zo prikkelen we de fantasie en de zintuigen van onze klant. Ook in tijden van Corona doen wij dit door vooruit te kijken, autoriteit te claimen en vooral: te durven.”
2. **Besteed aandacht aan details**
“De etalage is momenteel het enige beeld dat de klant van je winkel ziet. Verzorg die etalage dan ook extra goed. Een verzorgde etalage laat zien dat jij zorgvuldig met je winkel omgaat.
3. **Laat het licht aan**
“Laat zien dat je er (nog) bent. Je wilt je producten nog steeds aanbieden en in de spotlight zetten.”
4. **Breng ritme aan**
“Plaats je mannequins op een rij of in een duidelijke andere vorm. En presenteer kleinere artikelen in een flinke hoeveelheid én in een ritme. Daarmee verstrek jij de boodschap.”
5. **Pas de etalage aan de seizoenen/ tijdsgeest aan**
“Kijk vooruit. Wees nieuwsgierig, sta open om te leren en zie kansen en mogelijkheden. Op die manier sta je altijd open voor nieuwe ideeën en inzichten, die je vervolgens kunt toepassen in je campagnes en etalages.”