

Shoppingcenter Kapellen werd uitgebreid

Door Marc Balduyck op 1 december 2014

 Like Paul Van der Putten and 44 others like this.

 Tweeten 3

 Share 2



Kapellen heeft sinds enkele tijd zijn eigen shoppingcenter. Een virtueel shoppingcenter dan wel dat ontworpen werd door Tom Hoffman en waarin in principe alle Kapelse winkels en bedrijven een etalage kunnen hebben. Even klikken en je bent zo binnen bij de slager of bij de bakker.

7211shopcenter.be is onderhand technisch verder uitgebouwd en biedt tal van nieuwe faciliteiten.

De mogelijkheden van het internet zijn onvoorstelbaar groot. Zeker ook op lokaal vlak. Tom Hoffman bouwde enkele tijd terug een nationale "toren" uit, een website waar verschillende nationale bedrijven op geplaatst werden. Tot de idee oa. vanuit Unizo groeide om het initiatief ook lokaal uit te bouwen. Een klik op de nationale toren bij het bordje van Kapellen en je kunt zomaar de lokale winkels van de gemeente binnen lopen.

Het shopcenter is niet direct een webshop waar je je aankopen kunt gaan doen. Dat kan in theorie maar in Kapellen zijn de meeste zaken daar nog niet aan toe. Het gaat erom dat de lokale winkeliers zich kunnen bekend maken, aan marketing doen. Daar is het marketeer Tom Hoffman effectief om te doen: de zelfstandigen en de ondernemers een nieuwe tool geven waarmee ze hun commerciële posities nog beter kunnen uitdragen. Publiciteit? Ja, maar hoe dan ook erg goedkoop: hooguit 50 euro op jaarbasis.

Maar er is meer. Tom Hoffman heeft de website in die mate ontwikkeld dat de bezoekers er hun eigen profiel kunnen aanmaken waarmee ze meteen ook al hun favorite links kunnen meebrengen. Je kunt dus de facto, waar je ook bent en met welke middelen ook, je eigen profiel oproepen en je favorites consulteren. Via je iphone, je ipad, je PC... Op eender welk toestel met internettoegang. Via de doorgang naar het virtuele shopcenter.

Tom Hoffman is hoe dan ook een echte marketeer. Zijn bvba 7211 was in eerste instantie opgezet om er zijn ervaring met de telecom mee uit te dragen. Hij ging

instantie opgezet om er zijn ervaring met de telecom mee uit te dragen. Hij ging oa. de facturatie van de telefonie voor zijn klanten doorlichten teneinde te besparen op de kosten. Hij organiseerde tevens events. Marketing lijkt evenwel zijn grote doorbraak te worden. Hij droeg eerder tijdens netwerkevenementen al geregeld de marketingmogelijkheden van facebook en twitter uit. Met zijn shopcenter lijken de mogelijkheden breed open te liggen.

Het werd ondertussen ook tijd voor een meer professionele versie, waarvoor de hulp is ingeschakeld van externe partijen voor ontwerp en design. De vernieuwde editie is een zogenaamde "Drupal-versie, met een responsive HTML5 template zodat het visuele shoppingcenter opgebouwd wordt met een combinatie van SVG en Canvas elementen."

Naast de nationale "toren" zijn er ondertussen al een 15 tal regionale torens opgezet.

Bezoekers kunnen ondertussen nog altijd hun eigen gratis profiel aanmaken (login + paswoord), waarin ze hun eigen 'favoriete links' kunnen zetten. Zo is de map 'favorieten' niet enkel bereikbaar op de PC of laptop waar je normaal het meest mee werkt, maar ook op al je andere toestellen zoals tablets, smartphones, een pc in het buitenland, enz...