

VOORWOORD

Alhoewel de winterbanden door velen alweer uit de kast worden gehaald, hebben wij net onze zomeracties afgesloten. We hebben de spaarzame zomerse dagen in Nederland gebruikt om meer naamsbekendheid te genereren onder consumenten door op de wegen van en naar de stranden flyers uit te delen aan de badgasten uit Amsterdam en omstreken. Iedereen die binnendoor vanuit Amsterdam naar de kust rijdt, komt gewild of ongewild langs Pitstop. Daarbij hebben de nieuw geplaatste bewegwijzering en grote attentiedoeken tevens een rol gespeeld in de vindbaarheid van de locatie.

De bezoekersaantallen stijgen gestaag. De ontwikkeling van het Woon & Bouwcentrum Westpoort zal hier in 2008 zeker een steentje aan bij gaan dragen, alsmede de aanleg van de Westrandweg (verlengde A5) die momenteel in aanbouw is. 90% van het verhuurbare vloeroppervlak is momenteel verhuurd en werken hard aan de laatste 10%. Pitstop Amsterdam staat grotendeels op de rit en we richten ons op nieuwe locaties. Over de nieuwe ontwikkelingen en de marketingplannen leest u alles in deze nieuwsbrief. Veel plezier en mocht u vragen hebben dan staan wij en de ondernemers in Pitstop graag klaar om uw vragen te beantwoorden en uw auto of motor winterklaar te maken!

Kasper Hesp

NIEUWE PITSTOP LOCATIES:

De tweede "eerste paal" komt in zicht! Waar zal de tweede Pitstop neerstrijken? Het zag er lang naar uit dat het Hoofddorp werd, maar Gouda maakt ook een zeer goede kans als tweede gemeente van Nederland een Pitstop vestiging te verwelkomen. Voor beide locaties zijn de ontwerpen inmiddels goedgekeurd. De derde in de race is Roosendaal. Voor alledrie de locaties wordt momenteel intensief gezocht naar partijen die in het Pitstop concept willen participeren. Met name voor Gouda en Hoofddorp hebben veel partijen reeds hun intentie uitgesproken. Als het even meezit kan er begin 2008 een "eerste paal" gevierd worden. Voor andere locaties zijn wij in een oriënterende fase of doen wij een haalbaarheidstudie.

Kijk voor meer informatie op www.pitstopnederland.nl

ONTWERP

Een concept is niet levensvatbaar als het niet meegroeit met het tijdsbeeld. Dit geldt ook voor de vormgeving van nieuwe Pitstop locaties. Na opening van de eerste Pitstop vestiging in Amsterdam Westpoort is veel nagedacht over de vraag hoe we het ontwerp van Pitstop kunnen optimaliseren ten behoeve van het concept. In deze nieuwsbrief ziet u de laatste schetsontwerpen voor Gouda, Roosendaal en Hoofddorp. De nieuwe Pitstop locaties bouwen met meer uniformiteit en één entree. De entree is groots en van glas. Het glas maakt de toegang laagdrempelig en kan tevens als...





Pitstop Roosendaal

showvitrine etalage, aankondigingen van nieuwe producten, dienst doen.



Pitstop Gouda

De ingang nodigt voorbijgangers uit het plein ofwel het "service-circuit" op te rijden.

PITSTOP AMSTERDAM OCCASIONSHOW

Binnenkort organiseren de autodealers van Autoboulevard Westpoort voor de tweede keer een occasionshow. Dit evenement zal grotendeels plaatsvinden op het binnenterrein van Pitstop Amsterdam en heeft als doel de Autoboulevard Westpoort tot een aantrekkelijker en levendig terrein te maken. Het moet tevens bijdragen Pitstop bekender en toegankelijker te maken voor een breed publiek. Pitstop en haar huurders zullen deze dag aangrijpen om een evenement vol amusement, demonstraties en acties neer te zetten.

PITSTOP CARD

In de vorige editie heeft u er al over kunnen lezen; de Pitstop-Card. Intussen is de Pitstop-Card ontworpen en geproduceerd. Er is besloten de lidmaatschapskaart, die voor extra service en korting staat, eerst te introduceren bij een groot aantal bedrijven

(ca. 650) en werkzame personen binnen het Westpoort gebied. Op deze manier kunnen onze 'buren' als eerste profiteren van alles wat de Pitstop-Card te bieden heeft. Indien de Pitstop-Card voor bedrijven in het Westpoort gebied succesvol zijn entree maakt, zullen we voor



vaste klanten van Pitstop een consumenten variant uitbrengen. Met de invoer van dergelijke loyaliteitskaarten bouwt Pitstop tevens aan een eigen klantenbestand.

KLANTENBESTAND

De consument wordt vandaag de dag overspoeld met informatie. Als zender naar de consument ga je al snel op in al het mediageruis. De boodschap die je wilt verzenden beklijft niet of komt niet eens aan. Om die reden wordt het steeds belangrijker om de klant heel specifiek te benaderen.

Omdat te bereiken zijn accurate gegevens van de klanten onontbeerlijk. Wanneer je meer inzicht hebt in het profiel van een klant is het mogelijk om een aanbieding op maat te doen. De kans is groot dat je met de juiste benadering niet op de grote stapel verdwijnt, maar juist wat extra aandacht genereert. Daarom wil Pitstop snel haar eigen klantenbestand opbouwen. Op de site is het al mogelijk om je aan te melden als Pitstop member. Je wordt dan op de hoogte gehouden van acties, evenementen en ander nieuws rond Pitstop. Daarnaast willen we het ook mogelijk maken voor de consument om zich in te schrijven op het Pitstop terrein zelf. Om de consument hierin te stimuleren zullen er mooie prijzen tegenover staan.

HUURDER AAN HET WOORD

Met meer dan 150 winkels in Europa is Hein Gericke de grootste speler in de motorfietsbranche. Specialist in motorfietskleding, laarzen, -handschoenen, -helmen, -techniek, alles is voorhanden om de motorrijder optimaal van dienst te zijn. Het woonboulevard principe (samen sterk) heeft ons altijd getrokken dus we zijn ook onmiddellijk op de trein van Pitstop Amsterdam gesprongen en hebben nu met onze store van bijna 800m2 het perfecte visitekaartje in huis voor de Nederlandse motorfietsmarkt. Met de hedendaagse fileproblematiek in Nederland krijgt de motorfiets steeds meer aandacht en Hein Gericke probeert hierin zo goed mogelijk in mee te participeren door verdere ontwikkeling van onze producten en service. Pitstop Amsterdam is een stap vooruit in de automotivebranche door de samenwerking met partijen uit de detailhandel. De detailhandel is duidelijk de slagroom op de taart aangezien er, dankzij de retail, meer sfeer en levendigheid op het park wordt gebracht. Wij zijn ervan overtuigd dat met dit concept in de automotivebranche een nieuwe weg is ingeslagen waarmee, wat wij nu reeds al constateren, er nog beter kan worden ingespeeld op de wensen van de consument.

Erik Cornelis,
Hein Gericke Benelux

