

The Read Shop 2.0 is 'de winkel van de toekomst'

21-11-2014 14:05

Kiosks in winkels van The Read Shop ontsluiten een longtail van zo'n vierhonderdduizend artikelen voor de consument. De tafel met grote tablet en vier stoelen zijn het onderscheidende element van de nieuwe formule van de boekwinkelketen. Dat vertelt algemeen directeur Jos Boot van RDC, de moederorganisatie van franchiseformule The Read Shop, in het novembernummer van RetailTrends.

De omslag maken naar omnichannel en de klant daarbij centraal stellen lijkt volgens Boot simpeler dan het is. "Tot nu toe heeft niemand in de boekenbranche het nog aangedurfd". Het vergrote assortiment vormt daarbij het grootste struikelblok, stelt hij. "We hebben met The Read Shop 2.0 de winkel van de toekomst gebouwd."

De formule The Read Shop 2.0 maakt van de boekenwinkel een showroom, waarbij de consument via de kiosk toegang heeft tot een oneindig assortiment. Die zijn allemaal direct te bestellen, waarbij niet-voorradige artikelen worden thuisbezorgd of later opgehaald kunnen worden. Betalen gebeurt echter bij de kassa, zegt commercieel directeur Allard van Schoneveld. Die kan er volgens hem bijvoorbeeld voor kiezen om bij vaste klanten geen verzendkosten te rekenen.

Het persoonlijke contact van de ondernemer met de klant is volgens Van Schoneveld de meerwaarde van de winkel ten opzichte van onlinspeles. "Dat kopje koffie dat wij aanbieden krijg je niet op het internet." Daarnaast kan de ondernemer klanten van advies voorzien, omdat die zijn klanten kent en weet wat ze leuk vinden. "Dat is toch beter dan de automatisch gegenereerde suggesties van partijen als bol.com."

Boot en Van Schoneveld gaan samen met Karin Valk van implementatiepartner Valk Software in RetailTrends 11 verder in op de nieuwe formule, waarbij onder meer de logistieke uitdagingen en de omslag in het denken van de ondernemer worden aangestipt. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.