

Sorry, retailer

24-12-2014 12:10

Door Marc Dijk

Oprichter van [Red de salestijger](#)

Dat winkeliers het niet makkelijk hebben is wel duidelijk. De afgelopen dagen worden we overspoeld met berichten over het toenemen van online aankopen én toename in het aantal winkelketens dat de deuren moet sluiten. En dan, tot overmaat van ramp, krijgen ze ook nog te maken met de drukte rondom de feestdagen. Extra koopavonden, meer koopzondagen én... meer klanten.

En voor dat laatste wil ik mijn excuses aanbieden, omdat ik zelf klant ben en er dus aan meedoe, en omdat ik weet als klantdeskundige dat wij klanten buitengewoon afleidend kunnen zijn voor dat waar werknemers in de winkel mee bezig zijn. Namelijk:

- Bijvullen
- Spiegelen
- Elkaar
- Telefoon

Mijn overtuiging is dat winkels het zichzelf ook wel een klein beetje lastig maken. De reden waarom veel mensen (nog) naar winkels gaan is de gezelligheid, aandacht en extra service die een online winkel misschien niet biedt. Maar omdat te doen is er één ding van groot belang, de motivatie om er wat van te maken

Met mijn dochter kocht ik schoenen. Geen goedkope, niet in een achteraf schoenenzaakje, wel zonder enige service. Ik mocht zelf de schoenen aanpassen, terwijl de verkoopster toekeek. Toen ik vroeg of de schoenen ingespoten moesten worden, was het antwoord van de expert volmondig ja, om vervolgens vooral niet aan te bieden of ze dat even moest doen, om vervolgens mijn dochter naar buiten te zien lopen met haar nieuwe aanwinst. Gemiste kans in service en upsell.

Dus daarom excuus, excuus dat we sommige winkeliers links laten liggen en dat we ze voor de voeten lopen, net wanneer ze het zwaar hebben in de kerstdrukke. Voor de voeten lopen in de supermarkten waar je je soms bezwaard voelt als je de vakkenvullers moet vragen of je er even bij mag. Excuus voor als je in een winkel vraagt of ze je aankoop willen inpakken. V&D spant de kroon wat dat betreft. Om de doorstroom bij de kassa te houden hebben zij tijdens de feestdagen gekozen voor een inpakatelier. Dat is een stand gebouwd van pallets, waar dan een student achter staat die niet kan inpakken en belangrijker nog: ook helemaal geen lol heeft om iets in te pakken.

Zo maar een paar voorbeelden van retailers die zich verzetten tegen extra koopzondagen, van meer aankopen via internet, maar daarentegen mijn inziens iets te weinig aan hun klanten en zelfreflectie doen. Laat de feestdagen beginnen bij het kopen van cadeautjes en het doen van boodschappen. Een inpakatelier is leuk, maar bezetting is bepalend.

Lieve winkeliers en aanhang: de wereld van de klant verandert en dus is het goed om eens uit je winkel te stappen, te kijken naar de wereld van jullie (toekomstige) klanten, en te bedenken hoe je daar op inspeelt. Maak kopen en verkopen weer een geweldig ambacht, leg de klant in de watten, combineer internet en social media met je fysieke winkel om klanten te trekken, interesse in winkel te vergroten zodat hun verlangen naar de winkel stijgt en klanten graag zaken met je willen blijven doen.

Een zeer succesvol 2015 gewenst!

PS: Natuurlijk zijn er ook succesvolle winkelformules die weten dat de omstandigheden in markt veranderen en daar geen invloed op hebben, behalve hoe op die omstandigheden te reageren.