Op weg naar een nieuw evenwicht

12-02-2015 10:02

Door Kioe Yap
Partner bij Pluspoint

Het gaat hard in de retail. Schoenenreus failliet. Aanzienlijke problemen bij Blokker en HEMA. En werkelijk gigantische problemen bij V&D. The end is near, zo lijkt het. En wat nu V&D gered lijkt? Er vijftig miljoen euro inpompen lost het probleem natuurlijk niet op. Krijgt V&D voldoende lucht om het roer om te gooien? En wie gaat dat betalen? Want, alleen maar snijden zal niet helpen.

Het is duidelijk. Retailland wordt flink door elkaar geschud. Op weg naar een nieuw evenwicht tussen on- en offline retail. 'Bricks' starten 'clicks' en 'clicks' beginnen met 'bricks', totdat het evenwicht bereikt is. Omnichannel denken is dan ook aan het landen. Nu nog uitvinden hoe daarmee om te gaan. Voor succesvolle clicks is dat natuurlijk een stuk makkelijker dan voor' bricks' die hun omzet met twintig procent of meer hebben zien teruglopen. Voor 'clicks' kleine stapjes voorwaarts, voor' bricks' gigantische stappen terug met alle gevolgen van dien.

Te veel winkels, te hoge huur, te veel personeel, onvoldoende cash om in innovatie te investeren. Lege winkelstraten, minder traffic: je kunt het zelf allemaal verzinnen. En dan hebben we ook nog de Primarks, Actions en Lidls. Om nog maar te zwijgen over alle aanbieders met grote klantenbestanden en media met veel lege advertentieruimte . Je kunt ondertussen overal fietsen, tweepersoons boxsprings en elektronica kopen. Voor weinig!

Daarom, op naar een nieuw evenwicht. Het gaat nog even duren, maar de winkel blijft gewoon bestaan. Helemaal alleen achter je computer of tablet is ook niet alles. Feel, touch, smell, gezelligheid: écht shoppen is gewoon leuk! Alleen niet voor alles en lang niet altijd.

Als je trouwens weet wat ik de afgelopen weken allemaal met webshops heb meegemaakt? Webshoppen groeit , maar dat geldt ook voor de problemen. 'Kerstcadeautje kopen? Gegarandeerd voor de Kerst in huis!' Dat was 1 december 2014 en ik heb nog steeds niets ontvangen. Misschien bedoelden ze Kerst 2015. Want, dat was ik namelijk even vergeten te vertellen: er werden 'slechts' 475 duizend kerstpakketten niet of te laat bezorgd. Van de cadeautjes die ik zelf in de winkel heb gekocht, was er niet één te laat. En zo heeft elk nadeel…

De katalysator genaamd internet heeft de boel op zijn kop gegooid. Net als bij vuur, het wiel, de boekdrukkunst, elektriciteit en de auto. En als ik retailer was, zou ik zelf het stuur in handen houden om het evenwicht te vinden.