

Zeven tips om te winnen in retail

27-02-2015 11:00

Door René Hendriks

Happy Retail Activator en oprichter bij Aan Zee

Crosschannel, omnichannel, totaalretail en meer van dat soort termen vliegen ons om de oren. De volledige inhoud van de ene term is nog niet geland of de volgende term is al weer geïntroduceerd. En ik vraag me daarbij hardop af: Begrijpen we onszelf nog wel? Natuurlijk, de geleerden onder ons kunnen tot op academisch niveau verklaren wat er met welke term bedoeld wordt. Maar wat schieten we daar nu werkelijk mee op? De wereld van retail wordt alleen maar complexer en iedere winkelier moet vandaag van alles om ogenschijnlijk het hoofd boven water te blijven houden. Wat mij betreft kan en mag het allemaal weer een stuk eenvoudiger!

1. De consument centraal

Laten we gewoon eens beginnen met het centraal stellen van de klant. Voor consumenten is het bezoeken van een fysieke winkel, een webshop of een appstore niets meer en niets minder als winkelen. Ik pleit er voor om, volgens de leer van Kotler, naar de consument te luisteren. Alle prachtige en vernieuwende retailtermen kunnen wat mij betreft dan ook op één hoop gegooid worden. Het draait immers allemaal gewoon om WINKELLEN.

En wat is dan het primaire doel van de winkelier? Het stimuleren van consumentengedrag. We streven ernaar dat consumenten ons bezoeken (fysiek en/of digitaal), we streven ernaar dat consumenten bij ons kopen (fysiek en/of digitaal) en uiteindelijk streven we ernaar dat consumenten onze vrienden worden. Of liever nog dat ze van ons gaan houden!

Kortom, retail is een eenvoudig vak, als je het zo bekijkt. Wie het beste in staat blijkt om het winkelen te activeren, wint!

1. Houd het eenvoudig

Maak gebruik van je eigen gezonde boerenverstand en vraag bij alles wat je doet af: Houd ik het zo eenvoudig voor de consument? Zodra hetgeen wat je doet neigt naar complexiteit voor de doelgroep stop er dan direct mee en focus je op die zaken die wel begrijpelijk zijn. Let op: Techniek is niet de heilige graal! Consumenten zijn aan het terugschakelen en willen een eenvoudiger en zinvoller bestaan. Als retailers gevraagd wordt naar de reden waarom ze bepaalde zaken doen, krijg je te vaak een beperkte en helaas onvoldoende doordachte argumentatie. Het minst valide argument dat wordt gegeven is in mijn optiek: We doen het omdat iedereen dat doet en we anders bang zijn om de boot te missen.... Ik pleit ervoor om kuddegedrag te doorbreken. Doe exact datgene wat de rest niet doet en ga zelf op zoek naar concurrentievrije marktgebieden. Ik ben ervan overtuigd dat deze voor iedereen te vinden zijn en wie dit het beste doet, wint!

1. Creativiteit is onze voornaamste redder

In deze tijd van krimpende markten zal creativiteit meer dan ooit van doorslaggevend belang zijn! We worden immers gedwongen om meer te doen met minder. Maar hoe word je zelf creatiever? Ook dit is weer simpel te maken. De basiselementen van creativiteit zijn: kopiëren, transformeren en combineren. Geen enkel idee is volledig uniek! Het is altijd ergens op gebaseerd. Bewust of onbewust. Diegene die het beste om zich heen blijft kijken en dat wat hij ziet, vertaalt naar, en toepast in andere passende omgevingen, wint!

1. Van co-creatie naar co-prestatie

Voor het optimaal stimuleren van creativiteit is het verstandig om te werken vanuit co-creatie, waarbij diverse personen vanuit verschillende expertise gebieden gezamenlijk tegen dezelfde problematiek aan kunnen kijken

en zo samen komen tot de beste oplossingen en resultaten. De resultaten van co-creatie zijn evident. Het gaat sneller, is goedkoper, levert beter werk op en is leuker. Wie co-creatie als wezenlijk onderdeel opneemt binnen haar strategie, wint!

1. Gebundelde kracht

Geven is krijgen. Heb geen angst om te delen. Want alleen als je deelt, kun je vermenigvuldigen. Zoek daarom zoveel mogelijk naar samenwerking op al die terreinen waar jezelf (iets) tekort schiet, of waar je aanzienlijke kosten kunt besparen. Alleen ga je sneller, maar samen kom je verder. Sluit hierbij zelfs samenwerken met je voornaamste concurrent niet uit! Een actueel probleem in Nederland is bijvoorbeeld de oplopende leegstand in de diverse winkelgebieden. Alleen door het bundelen van de krachten van alle winkeliers en overige betrokkenen (zoals vastgoedpartijen en gemeentes), is dit probleem op te lossen. Vergeet dus de heilige huisjes. Omarm je concurrerende buurman en zorg samen voor het aantrekkelijk houden van jullie winkelgebied. Wie het beste in staat is om samen te werken, wint!

1. Over loyaliteit

Niemand is lokaal aan een winkel (met uitzondering van de lovebrands). We zijn lokaal aan mensen. Dus geef het beste van jezelf. Vriendelijkheid, vrolijkheid, positiviteit, energie en oprechte interesse. Plaats je in het hart van de klant. Hoe ga je het leven van de klant verbeteren? Wie hierin het beste slaagt, wint!

1. Open deuren

Al het voorgaande is natuurlijk al lang bekend en is niets meer dan een weergave van open deuren. Echter het daadwerkelijk benutten van open deuren gebeurt helaas nog zelden. Terwijl eenvoud de ultieme vorm van perfectie is. Kortom, wie in staat is om de kracht van eenvoud te benutten, wint!