

# Drie praktische tools voor de winkel-ceo

23-06-2015 08:23

Door Dave Veerman

Industry principal retail bij [SAP Nederland](#)

We denken meestal dat het managen van een individuele winkel minder ingewikkeld is dan het werk van de ceo die de hele keten runt. Toch is dat een onterechte aanname. Want C-level managers krijgen hulp van de verschillende afdelingen en het ondersteunend personeel. Terwijl de lokale storemanager alleen de beslissingen moet nemen en de verantwoordelijkheid draagt. Een lastige klus. Door deze drie technologieën kan hij het winkelmanagement aanzienlijk vereenvoudigen.

## 1. Data-analyse voor realtime zicht op financiële situatie

Een winkelmanager wordt beoordeeld op de winst- en verliesrekening van zijn winkel en het effect daarvan – zowel positief als negatief – op het succes van de gehele retailketen. Vaak hangt dit af van maand- of kwartaalcijfers. Omdat die beoordeling achteraf gebeurt, heeft de winkelmanager geen invloed meer op zijn prestaties in die specifieke periode.

Het is veel handiger en effectiever als de winkelmanager dagelijks zicht heeft op deze cijfers. Zodat hij kan bijsturen als het mis dreigt te gaan. Of juist kan achterhalen welke acties succesvol zijn.

Tegenwoordig is de oplossing dichterbij dan je denkt. Moderne financiële systemen kunnen simpelweg op realtime platformen draaien. Vanwege de enorme snelheid van de data-analyses, kan de winkelmanager de cijfers op vrijwel ieder gewenst moment inzien. Wat het tijdig inspringen op constante verliezen mogelijk maakt. Stel bijvoorbeeld dat de hoogte van de verkopen tegenvalt in vergelijking met de planning of de vooruitzichten. Dan kan de manager direct controleren waar het aan ligt: de drukte in de winkel, de prijs, rijen voor de kassa, te weinig producten, enzovoort.

Kortom: het continue inzicht in de cijfers stelt de winkelmanager in staat om pro-actiever op te treden en zijn eigen prestaties op tijd te verbeteren.

## 2. Automatisering van human resources

In een fysieke winkel is het personeel je visitekaartje. Zij hebben direct contact met de klant en zijn daarmee verantwoordelijk voor de klantenservice en de customer engagement. Meer nog dan op social media of via een website, helpt het winkelpersoneel immers bij het vinden van producten, geven zij advies, houden ze klanten op de hoogte van aanbiedingen, of zorgen zelfs voor thuisaflevering van producten die op dat moment uitverkocht zijn. Dat het contact goed verloopt, is dus van essentieel belang voor het succes van een winkel.

Om ervoor te zorgen dat de customer engagement optimaal is, moet een winkelmanager goed personeel aantrekken en medewerkers opleiden, motiveren en belonen. Dit gebeurde tot voor kort via het invullen en doorspitten van oneindig veel formulieren, documenten en handleidingen. Het kan gemakkelijker. Door alles op elektronische wijze vast te leggen, kunnen winkelmanagers de activiteiten stroomlijnen. Het garandeert ook consistentie en compliance van juridische eisen tussen winkels van de retailer.

Met geautomatiseerde HR-toepassingen is het voor de winkelmanager bovendien veel eenvoudiger om functioneringsgesprekken voor te bereiden: over persoonlijke doelstellingen, resultaten, wat gaat er goed en minder goed? Deze aandacht van een winkelmanager helpt enorm bij het goed houden van de relatie met wellicht wel zijn belangrijkste asset: het winkelpersoneel.

### **3. Elektronische winkelinventarisatie**

Bij het bevoorraden van een fysieke winkel heeft een manager meer nodig dan alleen de te verkopen producten. Zo zijn onder meer winkelwagens, tassen, kantoorbenodigdheden, plastic tassen, en pakpapier nodig. Wat zou het toch handig zijn als deze materialen automatisch worden aangevuld. Helaas is dat meestal niet het geval en moet de winkelmanager handmatig nieuwe materialen bestellen. Dat kost veel tijd.

Ook deze taak is drastisch te vereenvoudigen door elektronisch te worden aangesloten op een lijst met leveringen. Deze leveringen zijn door de retailer vooraf contractueel afgestemd. De retailer kan vervolgens op eenvoudige wijze orders genereren om voorraden aan te vullen. Als meerdere filialen hierop zijn aangesloten, helpt dat de financiële afdeling eveneens bij de goedkeuring van de kosten voor deze producten. De winkelmanager kan zijn kosten eenvoudiger vergelijken met die van andere winkels en zodoende aanpassen waar nodig.

De storemanager heeft een grote invloed op het reilen en zeilen van zijn of haar winkel. Technologie die het werk van een 'winkel-ceo' gemakkelijk en effectiever maakt, is dan ook meer dan welkom. Stilzitten is in ieder geval geen optie, want de concurrentie gaat hier onvermijdelijk vroeg of laat mee van start.