

Hoe kan retail leren van de horeca

28-12-2015 10:10

Door Henk Hofstede

Sectorbanker retail bij ABN AMRO

Retail kan leren van de horeca. Zo kan gastheerschap het onderscheidend vermogen van retailers vergroten. Dagelijks horen en lezen we dat grote en kleine retailers het lastig vinden om zichzelf te onderscheiden van het grote offline en online aanbod. 'Hoe vinden klanten mij?' is een cruciale vraag. Net zo belangrijk zijn de vragen 'Hoe blijf ik mijn klanten vasthouden?' en 'Waarom komen ze naar mijn winkel terug?'

Gastheerschap in fashion

Gastheerschap speelt hierin een cruciale rol. Only for Men begrijpt dit goed als winnaar van de verkiezing Beste Winkelketen van het Jaar en Beste Webshop Award 2015 in de categorie Herenmode. Het is een retailer in een competitieve branche die goed inspeelt op de laatste trends. Zo heeft de winkel zich volledig aangepast aan de voorkeuren van zijn mannelijke klanten. Winkels zijn doordeweeks 's avonds geopend en gevestigd buiten de stadcentra waar parkeren nog relatief eenvoudig is. Je kunt na afloop van je aankoop ook naar de barbier gaan of een biertje drinken aan de bar. Het personeel wordt via de eigen academy getraind in het gastheerschap. Daarom volop gastvrijheid en beleving in de winkel en daar komt de man graag voor terug. Dat is leuk en daarom een terechte winnaar.

Aandacht voor product en klant

Het tweede voorbeeld is persoonlijk en betreft de wijnwinkel in Baarn, die ik met enige regelmaat bezoek. Een 'gewone' wijnwinkel, maar dan anders. Deze wijnwinkel is door 'Wijnwinkel Review' uitgeroepen tot beste van 2015. Volgens de review 'verplichte kost' en 'beter kun je niet ervaren hoe een geweldige wijnwinkel gerund moet worden'. Ik word daar blij van en ben het daar volledig mee eens. Het is een prachtige zaak met een uitstekend Italiaans assortiment. De klant wordt enthousiast ontvangen en zijn persoonlijke smaak is bekend, waardoor een nieuw assortiment altijd geproefd mag worden. Gastvrij met aandacht voor het product en klant. Elke keer is een belevenis met een hapje, een proeverij of een mooi verhaal. De liefde voor het product is voelbaar. Retailing zoals het in mijn ogen zou moeten zijn en waarbij je niet snel naar de smartphone grijpt om het product elders online te bestellen.

Kansen

Ik ben ervan overtuigd dat er voor de retailer nog veel te winnen valt op het gebied van gastheerschap. Het zit 'm vaak in kleine dingen. Gastheerschap en ondernemerschap leveren blijde klanten op en zijn de basis voor continuïteit. Uiteraard moet de locatie, het assortiment en de website goed zijn. Maar er is meer nodig om klanten naar je fysieke winkel te laten terugkomen. Dit biedt kansen. Denk eens aan het beste – en niet het duurste restaurant – dat je hebt bezocht. Dan voel je het gastheerschap en de beleving die vaak nog ontbreekt in veel winkels. Door gastheerschap prominent in te zetten kan de retailer zich onderscheiden. Wordt het gastheerschap voldoende in uw zaak uitgeoefend?