

RetailTrends 2: Kwantum, Anton Dreesmann en het Zappos-model

16-02-2016 08:30

Lees in het februarinummer over **Kwantum**, dat sinds drie maanden op eigen benen staat. De woonketen werd eind november door een noodlijdende Macintosh Retail Group verkocht aan Gilde Equity Management (GEM) Benelux. “En dat lucht op”, verzekert algemeen directeur Rob Berns in gesprek met Donovan van Heuven.

Berns gaat in op de gevolgen van anderhalf jaar te koop staan - ‘de scherpste op allerlei kleine dingen verdwijnt’ –, krijgt kriebels van het woord ‘klantgericht’, is niet per se rouwig om verdwenen klanten en kijkt voorbij de huidige Kwantum-formule.

“We zouden meer moeten kunnen dan alleen een Kwantum-formule operationeel maken”, zegt Berns. “Ik stoei met de vraag hoe wij de negentien miljoen bezoekers op Kwantum.nl kunnen verleiden door middel van affiliate door te verwijzen naar een ander platform, om daar longtail te bieden. Het is vreemd als je in de Kwantum-winkel vijf matrassen kunt kopen, terwijl je online de keuze hebt uit honderd. Is dat logisch voor de klant? Ik vermoed eerder frustrerend.”

Anton Dreesmann, rond alle perikelen bij warenhuisketen V&D is zijn naam nooit ver weg. Hij was een groot intellectueel, een erudiet mens, een megalomane manager, een gevreesde stoomwals – dat allemaal en nog veel meer. Maar geen geboren retailer, constateert Hans Verstraaten. Een portret van de laatste Dreesmann, de reus die brulde.

Bij veel grote organisaties wordt het potentieel van werknemers chronisch genegeerd. In een zelfsturende onderneming heeft personeel de ruimte om zelf besluiten te nemen, wat hun betrokkenheid ten goede komt. De Amerikaanse online schoenenretailer **Zappos** is één van de pioniers op dit gebied.

Reinilde van Ekris sprak met de grondlegger van het holacratiemodel Brian Robertson, die Zappos tevens begeleidt in deze organisatievorm. “Door de manier waarop veel organisaties tot nu toe zijn ingericht, zijn hun overlevingskansen in het huidige tijdperk echter zeer klein”, stelt Robertson.

“They’re not built to thrive, but to die. Kijk maar naar de namen in de Fortune 500 van een aantal jaar geleden. Hoeveel van die bedrijven zijn nog steeds succesvol?” In het openingsverhaal van het thema personeel & opleiding de voor- en nadelen van dit zogenoemde holacratische model op een rij. En hoe pak je het aan? Verder in het thema: opleiden volgens **A.S. Watson** en personeel als prijswapen.

Wat doen vastgoedeigenaren eigenlijk om de uitholling van het winkellandschap tegen te gaan? Na een situatieschets, de doeners en de overheidsrol ligt in deel vier van de serie over vastgoedproblematiek de aanpak van vastgoedpartijen onder de loep. Er worden stappen gezet, maar er blijkt nog winst te behalen, constateert Niels Achtereekte.

Platenzaken worden vaak in één adem genoemd met videotheken en boekhandels. Onder druk van het digitale tijdperk verdwijnen ze geleidelijk uit de winkelstraat. **Plato en Concerto** houden stand, constateert Nick Möller, al gaat dat volgens eigenaar Dick van Dijk niet vanzelf. Met optredens, lezingen en signeersessies houdt hij de loop in de winkels. “Dan biedt het digitale tijdperk opeens ook een enorme uitkomst.”

Ook in RetailTrends 2:

- Big data in cijfers: wat wil de klant?

- De Gazelle Experience
- Leapp-oprichter Rogier van Camp in de rubriek Selfie
- Enoki: vers to-go
- HANS in zijn column over wethouders die willen scoren met outletcentra

Het februarinumnummer van RetailTrends verschijnt vrijdag 12 februari. RetailTrends elke maand ontvangen? [Neem een abonnement](#) en ontvang tevens zes keer per jaar het magazine EtailTrends.