

Hoe genees je een retailer van bedrijfsblindheid?

13-04-2016 09:39

Door Rob Drost
Retailadviseur bij Accon avm

Als ondernemer in de retail stelt u zichzelf regelmatig de vraag of uw koers nog wel de juiste is. Het kan soms lastig zijn om het antwoord op die vraag te vinden. De winkel ziet er goed verzorgd uit, net als de collectie die zoals altijd op dezelfde wijze is samengesteld. En toch vallen de omzetten tegen en staat uw winst onder druk. Deze groep ondernemers lijdt aan een kwaal die je vaker tegenkomt in de retail: bedrijfsblindheid. Op dat moment kan het wel eens helpen om iemand anders te laten mee zoeken naar het antwoord op uw vraag. Iemand van buiten de zaak die de vinger op de zere plek durft te leggen.

Laatst sprak ik met een ondernemer die het moeilijk heeft. Ik vroeg hem of hij wel eens iemand anders had laten meekijken naar onder andere de opbouw van zijn collectie en de uitstraling van zijn winkel. Nee, was zijn antwoord. De ondernemer was er niet van overtuigd dat zoiets tot andere inzichten zou leiden. Uiteindelijk slaagde ik er in om met hem een afspraak te maken. Hij zou een paar vragen beantwoorden en mij een kopie van zijn jaarverslag geven. Die gegevens zou ik dan verwerken in een rapportage en advies voor hem.

Winkel als toonbeeld van ondernemersvisie

Wat bleek: deze ondernemer wist wel wat hij wilde met zijn winkel, maar dat zag je niet terug in de opbouw van zijn collectie en de inrichting en uitstraling van de winkel. Voor de gemiddelde shopper was het niet duidelijk wat hij verkoopt en voor wie zijn winkel bedoeld is. Een valkuil die je wel vaker tegenkomt in de retail. Het was dan ook niet verrassend dat de resultaten uit zijn jaarverslag tegenvielen. Dankzij de rapportage hadden we nu wel zwart op wit staan dat er een verband was tussen de keuzes van de ondernemer en het resultaat van zijn winkel.

Keuzes

Samen met de ondernemer, die uiteindelijk toch wel blij was met de rapportage, zijn we aan de slag gegaan om zijn visie te laten terugkomen in zijn winkel. Dat betekent dat je duidelijke keuzes moet maken. In dit geval:

Collectie: analyseer welke merken succesvol zijn. Pas op basis daarvan de opbouw van de collectie aan, zodat deze optimaal gericht is op de mensen die je in je winkel wilt hebben;

Winkelbeeld: besteed veel tijd en aandacht aan de uitstraling van uw winkel, zowel binnen- als buitenkant. Onderscheidt mijn winkel zich voldoende ten opzichte van de rest van de winkelstraat? Spreek ik mijn doelgroep wel aan met mijn etalage? En presenteer ik mijn acties aantrekkelijk genoeg?

Marketing: wees kritisch bij het inzetten van marketingactiviteiten en -budget, zowel online als offline. Hoe bereik ik mijn doelgroep het beste? En met welke boodschap krijg ik ze naar mijn winkel toe?

Genezen verklaard

De ondernemer in dit voorbeeld is er nog niet. Het komende jaar zal hij ons regelmatig als klankbord blijven gebruiken, zodat we samen kunnen monitoren of alle inspanningen het gewenste effect hebben. De eerste geluiden zijn positief. In ieder geval is deze ondernemer genezen van zijn bedrijfsblindheid. Wie volgt zijn voorbeeld?