

Retailer, waar ben je, hoe vind ik je?

23-06-2016 12:31



Door Frans Lalieu
Eigenaar van [RetailAdvisor](#)

Eigenlijk is het ongelooflijk hoe passief de gemiddelde winkelier en dienstverlener is. De wereld staat op z'n kop. Alles verandert, alles digitaliseert. De consument van nu zit meer op internet dan dat deze televisie kijkt. Hij heeft 24/7 de beschikking over oneindig veel informatiekanalen. Informatiekanalen die een steeds belangrijkere rol gaan spelen in het leven van mensen. Zeker bij de jeugd, maar de ouderen volgen in een rap tempo. Wie niet via een internetkanaal wordt gevonden bestaat gewoon niet.

Daarom is het belangrijk voor ondernemers dat deze gaan samenwerken en zorgdragen voor een gezamenlijke internetpresentatie. Een eigen website of webshop is noodzakelijk, maar niet voldoende. Voor de vaste klanten absoluut een welkome aanvulling als servicekanaal, maar niet voor nieuwe klanten. Deze bereik je met een eigen website of webshop nauwelijks óf je dient behoorlijk te investeren in Google, social media of gezamenlijke webshopplatforms (kosten vaak vijftien tot 25 procent van de omzet). De bedragen die voor deze dienstverlening betaald worden zijn duizelingwekkend en kunnen soms in de duizenden euro's per maand belopen. Dit is dan ook, samen met de kosten van de retouren, de reden dat vooral de kleine webshops overwegend verlies of uitsluitend break-even spelen. Met andere woorden: hard werken, niets verdienen.

Ondernemer bagatelliseert internet

Echter, het blijven negeren van internet is geen optie meer. Toch hebben de meeste ondernemers een naar gevoel bij het internet. Ze begrijpen de werking er niet van of zien uitsluitend extra werk op zich afkomen. Ze kunnen geen of nauwelijks een inschatting maken van wat het internet voor de business kan betekenen. De meeste ondernemers zijn uitsluitend op de korte termijn ingesteld en daar past een internetstrategie voor de lange termijn niet bij. Vaak zijn ze weinig creatief en weten niet hoe internet te integreren in een juiste marketingmix.

Daarbij komt ook nog eens kijken dat ondernemers onderling het succesvol gebruik van internet continu betwisten. Ze logenstraffen het internet. Ze bagatelliseren de mogelijkheden ervan met maar één doel: het legitimeren van het ontbreken van een internetstrategie in het eigen businessmodel. 'Andere ondernemers doen het ook niet', 'Andere ondernemers hebben geen extra omzet met internet' of 'Het kost alleen maar tijd en geld en levert niets op'. Zonder zich in de markt te oriënteren gaan ze ervan uit dat het commercieel gebruik van internet niet past bij de eigen business én per definitie te duur is.

Helaas mensen, dit alles zijn uitsluitend vooroordelen. Verzinsels om maar niets met internet te hoeven doen. Ondernemen is vooruit kijken. Ondernemen is jezelf aanpassen aan de veranderde omstandigheden. Ondernemen is niet jezelf passief wegzetten op momenten dat er iets extra's van jezelf wordt gevraagd. Ondernemen is jezelf activeren indien de omstandigheden erom vragen. Je bent geen ondernemer als je dit niet kunt.

De ondernemer van nu is niet meer te vergelijken met die van tien jaar geleden. De wereld verandert in een rap tempo, de consument verandert mee. Logisch dat ook de ondernemer in zijn ondernemerschap moet veranderen en zich dient aan te passen aan de wensen en grillen van de consument. Doet de ondernemer dit niet, dan kan deze beter eieren voor zijn geld kiezen en de winkel sluiten. Alleen ondernemers die waarde toevoegen aan hun dienstverlening, bewezen onderscheidend zijn, klanten weten te inspireren en zorgdragen voor een prettige beleving hebben kans om succesvol te worden en te blijven. Sommige van deze ondernemers realiseren dit zonder gebruik te maken van het internet (gelukkig zijn ze er nog). Deze ondernemers kennen hun klanten en weten hoe en waarmee ze hen het beste kunnen bedienen. De klant beloont deze ondernemers door steeds weer terug te komen. Alle overige ondernemers die deze status bij hun klanten niet hebben moeten zich aanpassen aan de massa en internet integreren in het businessmodel.