

Hoe winkelmedewerkers een wow-moment creëren

30-09-2016 08:20



Door Peter Berg
Algemeen directeur van Jeans Centre en Ensign Blue

We hebben het regelmatig over het wow-moment. Zit daar nog een diepere of wetenschappelijke betekenis achter, vroeg ik me af. Het enige wat ik ken is het wowsignaal. Dat signaal komen we tegen in de encyclopedieën van deze wereld als een sterk smalbandig radiosignaal dat ene Jerry R. Ehman in 1977 detecteerde. Het signaal duurt 72 seconden.

Binnen retail kennen we het wow-moment, dat vaak niet veel langer is dan 72 seconden. Hopelijk hebben we afgelopen zomermaanden allemaal weer meerdere van deze momenten gehad. Was het de overheerlijke dubbele espresso macchiato in Italië, of beter gezegd de 'doppio macchiato'? Was het die geweldige service in het Verre Oosten of de supervriendelijke hotelier in Amerika? Of was het gewoon in Utrecht?

Ik had mijn wow-moment in IKEA. Op zoek naar een wandkast in een overvolle winkel bleek juist het exemplaar dat ik zocht niet op voorraad. Met een snelle blik zag ik dat er op de afdeling drie van deze kasten stonden. Ik wilde graag de wandkast helemaal in de hoek, nauwelijks waarneembaar, afrekenen. (Ik vond het wel handig dat 'ie al in elkaar gezet was.) "Deze gaat u geen of nauwelijks omzet kosten. Hij staat daar namelijk toch een beetje verstopt", zei ik. Tegenover mij stond een keurige ervaren dame die wel iets zag in mijn voorstel, hoewel het niet de bedoeling was dat ze showmodellen verkocht. Opeens zei ze: "Ik ga de dagmanager bellen." Wat

een talent heeft zij. Zowel vanuit commercieel als klantgedreven standpunten wist ze de dagmanager te overtuigen. Een paar minuten later stond de wandkast op mijn karretje. Toen ik haar vroeg waarom ze het toch geregeld had, zei ze dat ze een wow-moment mocht creëren als daartoe de kans was. Dat is gelukt. Mijn enige tip voor de navolgingen van Ingvar Kamprad: zeg de dagmanager gedag en laat winkelmedewerkers zelf beslissingen nemen. Dat maakt het wow-moment nog veel groter. Ik denk dat de IKEA-oprichter dat ook graag zo zou zien.

En dan gaat MS Mode failliet, een paar dagen voor het einde van de vakantie. Weer in de vakantietijd, net als V&D en Perry Sport en Aktiesport in respectievelijk de kerst- en krokusvakantie. Omdat ik de volgende faillissementen – net als bij MS Mode – waarschijnlijk niet zie aankomen, ga ik dit jaar maar niet meer op vakantie. Ik wens iedereen dit najaar heel veel wow-momenten toe.

Bron: RetailTrends 9