Zo wordt HEMA weer ván iedereen

17-10-2016 09:27



Door Roderik Visser
Retailmarketeer bij Roderik Retail Strategy & Concept

Als retailliefhebber, strateeg en concepter blijf ik mij verbazen over de gemiste kansen in onze winkelstraten. Uiteraard heb ik als vakidioot ideeën hoe het wél moet en kan. Daarom help ik bedrijven als inspirator en interim marketeer innoveren vanuit hun oerkracht. Graag deel ik mijn ideeën voor meer gezellig drukke winkelstraten.

Het nog immer sterk verliesgevende HEMA krabbelt wat richting een kleiner verlies. Maar nog steeds heeft het van oudsher innovatieve bedrijf geen succesvolle transformatie gevonden. Met de nieuwste digitale mogelijkheden en gewenste transparantie in de markt kan HEMA snel en gemakkelijk weer ván iedereen worden.

Het wordt tijd voor die transformatie. HEMA heeft haar kenmerkende waarden verloochend:
- De kwaliteit is minder geworden. Er is gekozen voor goedkopere en minder duurzame materialen in bijvoorbeeld T-shirts.
- Harde voorselectie is te veel losgelaten. Nu kun je kiezen uit circa 120 bh's in plaats van dertig, of uit vele typen sportsokken. Waar is die duidelijke sixpack katoen wit of zwart?

- Het team Design Development is ontbonden.

Met HEMA.nl als ‘interactief platform’ kan het warenhuis iedereen betrekken bij het creëren van de ideale HEMA. We gebruiken ‘Mijn HEMA’ op de Hema-website als platform en houden daarbij als leidraad vast aan de missie en kernwaarden: bijzondere eenvoud voor iedereen met eigenwijs (Dutch) design, goede kwaliteit en verrassend lage prijzen. Met de volgende zes klantenbindende, interactieve initiatieven maakt de retailer haar ‘Echt HEMA’-transitie mogelijk:

1. Vraag klanten wat ze willen
Vraag alle Nederlanders, Belgen, Fransen, Duitsers en Spanjaarden naar hun wensen en ideeën en breng vervolgens het met de meeste likes bekroonde idee naar de winkel.

2. Verras klanten met de ‘HEMA creative poule’
Roep creatieve designers op voor de creative poule. Deze club creatieven gaat producten en diensten nog bijzonderder maken. HEMA blijft verrassen. Het moet een eer zijn om in de poule te zitten, je wordt er landelijk bekend mee. Het team wisselt elk jaar. De creative poule is zeer actief, publiceert veel en wint internationale prijzen, uiteraard.

3. Geef klanten staffelkorting
Hoe meer je besteedt bij HEMA, des te hoger de korting die je spaart. Elke kassatransactie is terug te vinden op Mijn HEMA en telt op. Wat je steeds meer korting en privileges oplevert binnen het loyaliteitsprogramma.

4. Personaliseer online shopping
Geef online shoppers veel meer persoonlijke aandacht. Met smart persuasive profiling-cookies bied je iedere bezoeker persoonlijke campagnes op maat, op Mijn HEMA.

5. Maak klanten mede-eigenaar
Maak klanten niet alleen ‘member’ of ‘VIP’ via een loyaliteitsprogramma, maar echt mede-eigenaar. Bied ze aandelencertificaten met een waarde die meebeweegt met het resultaat. Natuurlijk is die waarde realtime te volgen via Mijn HEMA.

6. Maak meer franchise conceptshops mogelijk
Bied startende ondernemers de mogelijkheid mee te liften op en mee te bouwen aan het succes van HEMA, met categorie-conceptshops. Dit standalone denken op basis van categorie scherpt gelijk de huidige categorieën aan. Denk naast HEMA Buffet en HEMA Beauty aan HEMA Wijnbar, HEMA Fashion, HEMA Traiteur en HEMA Ontmoetingsplek. Vanuit verscheidene opleidingsinstituten komt ondersteuning in de vorm van kennis en stagiairs.

Met HEMA ván iedereen wordt Hema weer vóór iedereen.