

‘Elektronicazaken weten te weinig over smart home’

13-12-2016 08:09



Het wordt als elektronicaretailer steeds belangrijker om naast producten ook diensten aan te bieden. Zeker nu de marges op reguliere productverkoop flink teruggelopen zijn. Dat zegt medeoprichter Sean Schuurman van Rouwendal van ElectroStyling op [RetailWatching](#).

In een zoektocht naar een nieuw verdienmodel komen elektronicazaken onder meer bij smart home uit. 57 procent van de consumenten heeft volgens onderzoek van GfK interesse in slimme oplossingen voor in huis, tegenover 51 procent een jaar eerder. Er is echter nog onvoldoende kennis en kunde in de winkels, om de behoeften van consumenten op dit gebied te vervullen, stelt medeoprichter Rudirick de Jong van ElectroStyling. “Er is een kloof tussen retailers en installateurs, waar wij in zijn gedoken.”

Bij het bedrijf zijn inmiddels vijftien ElectroStylisten aangesloten, die goed zijn voor 27 winkels in ons land. Daaronder zitten ondernemers van grote inkooporganisaties als Electro World, ElectronicPartner en Expert en lokale retailers als Obbink. Zij betalen ElectroStyling een fee, in ruil voor een gecertificeerde opleiding tot ElectroStylist, marketing, promotie en ondersteuning bij het smart maken van het huis van hun klanten.

ElectroStyling heeft de ambitie om in 2020 binnen dertig minuten een stylist beschikbaar te hebben voor iedere Nederlander. “En misschien ook wel iedere Belg, want we zijn nu ook voorzichtig in België aan het kijken”, aldus De Jong.