

'Harde verkoper heeft geen toekomst meer'

28-02-2017 08:17



De tijd is voorbij dat glatte verkopers klanten producten met de hoogste marge kunnen aansmeren. Vooral bij duurdere producten zijn klanten goed geïnformeerd, stelt sectorbankier Henk Hofstede van ABN Amro in het [Algemeen Dagblad](#).

Consumenten vergelijken volgens Hofstede zelf thuis of in de winkel op hun smartphone de productspecificaties. Dat maakt het voor elektronikawinkels lastig te overleven, stelt hij. "Behalve als hun medewerkers klanten écht deskundig informeren en inspireren."

Ook retailspecialist Jos Voss van de Rabobank stelt dat er geen toekomst meer is voor de harde verkoper. Medewerkers moeten volgens hem in de eerste plaats een gids of expert zijn, zoals in winkels van Apple.

Retailers hebben de afgelopen jaren flink bezuinigd op de kwaliteit en kwantiteit van het personeel, dat volgens Voss als 'wandelende kostenpost' werd gezien. Inmiddels groeit het besef dat ze juist moeten investeren in werknemers. "Goed personeel is een van de weinige middelen waarmee ze zich echt van webshops kunnen onderscheiden."

Manhattan Associates concludeerde onlangs al uit onderzoek onder tweeduizend Nederlanders dat de kennis van winkelmedewerkers een belangrijk struikelblok is voor consumenten. Zo'n driekwart zegt zelf meer kennis te hebben dan de winkelmedewerker. Voss pleit in het februarinummer van RetailTrends om onderzoek en een

variëteit aan management- en andere opleidingen in de retail samen te brengen op één locatie. “Dit heeft een positieve uitstraling op de hele sector”, aldus Voss in een analyse over het einde van de traditionele verkoper op de winkelvloer.