

Weg met het rekenmodel

24-03-2017 10:07



Door Sander van de Gevel
Zelfstandig dromer en conceptontwikkelaar

Het positieve nieuws stapelt zich maar op. Het consumentenvertrouwen groeit, de huizenprijzen blijven stijgen, onze export groeit. Alle seinen staan op groen voor zeven vette jaren. Toch produceert de retailwereld nog steeds slecht nieuws. Bruna loopt niet, Phone House failliet. Je vraagt je af hoe dat in hemelsnaam kan. Waarom profiteren zij niet van de weg omhoog?

Het antwoord is kinderlijk simpel. De consument vreet ze niet. Slaat ze over. Omdat hun aanbod niet onderscheidend is, de winkels saai en zielloos zijn en het personeel er z'n schrale salaris staat te verdienen. Niets straalt passie uit. Efficiëntie heeft de ziel uit het bedrijf gehaald. Al het leven is er weg. Dus zoekt en vindt de consument een alternatief.

Ik ben een aanhanger van Simon Sineks gouden cirkel. Dit model is een geweldig hulpmiddel om met iedereen in een organisatie te praten over marketing. Het is niet technisch en gaat uit van de kracht van een organisatie. Daar kan iedereen over meepraten. Daar móet iedereen over meepraten.

Vaak wordt er in grote retailorganisaties van bovenaf over de formules gedacht en beslist. Technocratisch en weinig inspirerend. Dat is echt niet meer van deze tijd. Bovendien wordt een heel belangrijke informatiebron

overgeslagen: het personeel. Zij werken dagelijks in de winkel, praten met klanten en zien de problemen daardoor haarscherp. Je hoeft ze er maar naar te vragen. Zielloze medewerkers in zielloze winkels zijn het resultaat van managers die zich vooral laten leiden door irrelevante financiële data en politieke spelletjes.

Er zijn nog steeds directies die zich ervan laten overtuigen dat een lik verf en een leuke commercial de zaak wel zullen redden. Wat een onzin! Echte formules worden gebouwd vanaf de winkelvloer. Die geven medewerkers een drive en alle vrijheid om die uit te dragen. Echte formules zijn gebouwd op menselijke ambities en emoties en weten die over te brengen op de consument. Een formule is geen rekenmodel, maar een kloppend hart. Met maar één doel: verbinding leggen. Want vanuit verbinding ontstaat verbintenis. En dat is dat bonnetje uit de kassa waar die ambitieuze managers op jagen.

Bron: RetailTrends 3