

Winkelpersoneel mag het best zwaar hebben

31-03-2017 09:27

Door Wouter van der Ley
Partner bij Blue Ocean Company

Ja hoor, de retailgoeroes weten het weer. Het kan allemaal efficiënter op de winkelvloer waardoor de kosten omlaaggaan en het rendement omhoog. Wordt het er dan beter van? Gaan we dan de slag in de winkelstraat winnen? Absoluut niet. Natuurlijk kunnen de processen op de werkvloer verbeterd worden en natuurlijk kunnen onze mensen daar efficiënter werken. En ja, we moeten goed kijken welke activiteiten we wel doen en welke vooral niet. Maar daardoor nemen de beleving en het onderscheidende vermogen echt niet toe. Onze mensen op de winkelvloer bepalen het succes van onze winkel of ons merk. Deze mensen zijn een van onze grootste kostenposten, maar ook onze grootste kans op omzet.

De goeroes blijven in hun denken hangen in de industriële revolutie. We leven niet meer in die tijd, maar in de kenniseconomie. En autonomie en status zijn belangrijker dan efficiëntie. Motivatie wordt niet langer alleen bepaald door het loon. Nee, de motivatie van onze mensen wordt evenveel bepaald door autonomie, status, trots en andere waarden. Het rendement van onze medewerkers op de winkelvloer kunnen we dus niet optimaliseren door maximale efficiëntie. Maar wel door te zorgen dat ze met de juiste motivatie een maximale verkoopprestatie leveren. Dat wil niet zeggen dat het zo gemakkelijk mogelijk moet gaan. Integendeel zelfs. Wetenschappelijk onderzoek heeft aangetoond dat mensen bij het leveren van een zwaarbevochten prestatie een optimale voldoening krijgen. Dat herkennen we toch allemaal?

Ik heb laatst weer eens een meubel van IKEA in elkaar gezet. De gebruiksaanwijzing was voor mij absoluut onduidelijk, verwarrend zelfs. Het kostte ongeveer de hele dag en ik had er ongelooflijk veel moeite mee. Dus nee, het was geen feestje om het in elkaar te zetten. Maar toen ik eenmaal klaar was en ik het eindresultaat stond te bewonderen was mij één ding duidelijk: wat heb ik daar een topmeubel staan. Ik was er zelfs trots op. Een trots die ik niet voel bij de rest van mijn meubilair. Zo werkt het ook bij onze mensen op de winkelvloer. Als ze maar duidelijk weten waarom ze doen wat ze doen en als ze daar graag onderdeel van uitmaken, dan mag het best zwaar zijn. Dan zal de voldoening en dus ook het effect voor de klant groot zijn. En nog belangrijker: vergeet je medewerkers niet te bedanken voor hun input en inzet.

Bron: RetailTrends 3