Nextail: 'Vijf procent van winkelomzet uit kiosk te halen'

22-03-2018 15:59



Het trainen van winkelmedewerkers is cruciaal om van bestelzuilen een succes te maken. “In winkels waar getraind is, zie je het conversiepercentage met de helft omhoog gaan”, aldus director online development Emile de Bruijn van Nextail, de online innovatietak van Blokker Holding.

Blokker Holding introduceerde de afgelopen jaren online bestelpunten in winkels van onder meer Blokker, Bart Smit en Leen Bakker. Het is volgens De Bruijn met goede training mogelijk vijf procent van de winkelomzet uit de kiosk te halen. Bij winkels waar het personeel wat ouder is of geen interesse heeft, blijft dat percentage volgens hem op één tot anderhalf procent hangen. “Als op zaterdag jonger personeel meeloopt, zie je de omzet pieken.”

Voor niet-gemotiveerde medewerkers is het heel makkelijk om te zeggen dat een artikel niet voorradig is, stelt hij. “Maar je moet ervan overtuigd zijn om de klant in de winkel met iets weg te laten gaan.” Ook als iemand een pakketje komt afhalen in de winkel, moeten winkelmedewerkers het gesprek volgens De Bruijn aangaan. “Je weet wat die klant koopt, dus daar kun je wat mee. Bij die mindset begint het. Als het personeel enthousiast is, zie je dat de kiosk heel hard kan gaan.”

De Bruijn deelde tijdens het event Emerce Retail het idee om de kiosk in de winkel te verbinden met elektronische schapkaarten, die van een lichtje zijn voorzien. “Hoe leuk is het dat de lampen van de winkel uitgaan en je drie lampjes ziet opbranden met producten die voldoen aan jouw zoekopdracht op de kiosk?”

Donderdag werd bekend dat Nextail begin volgend jaar ophoudt te bestaan en een deel van de activiteiten met Blokker wordt geïntegreerd. Lees op RetailTrends meer over de opbrengst van vier jaar Nextail.