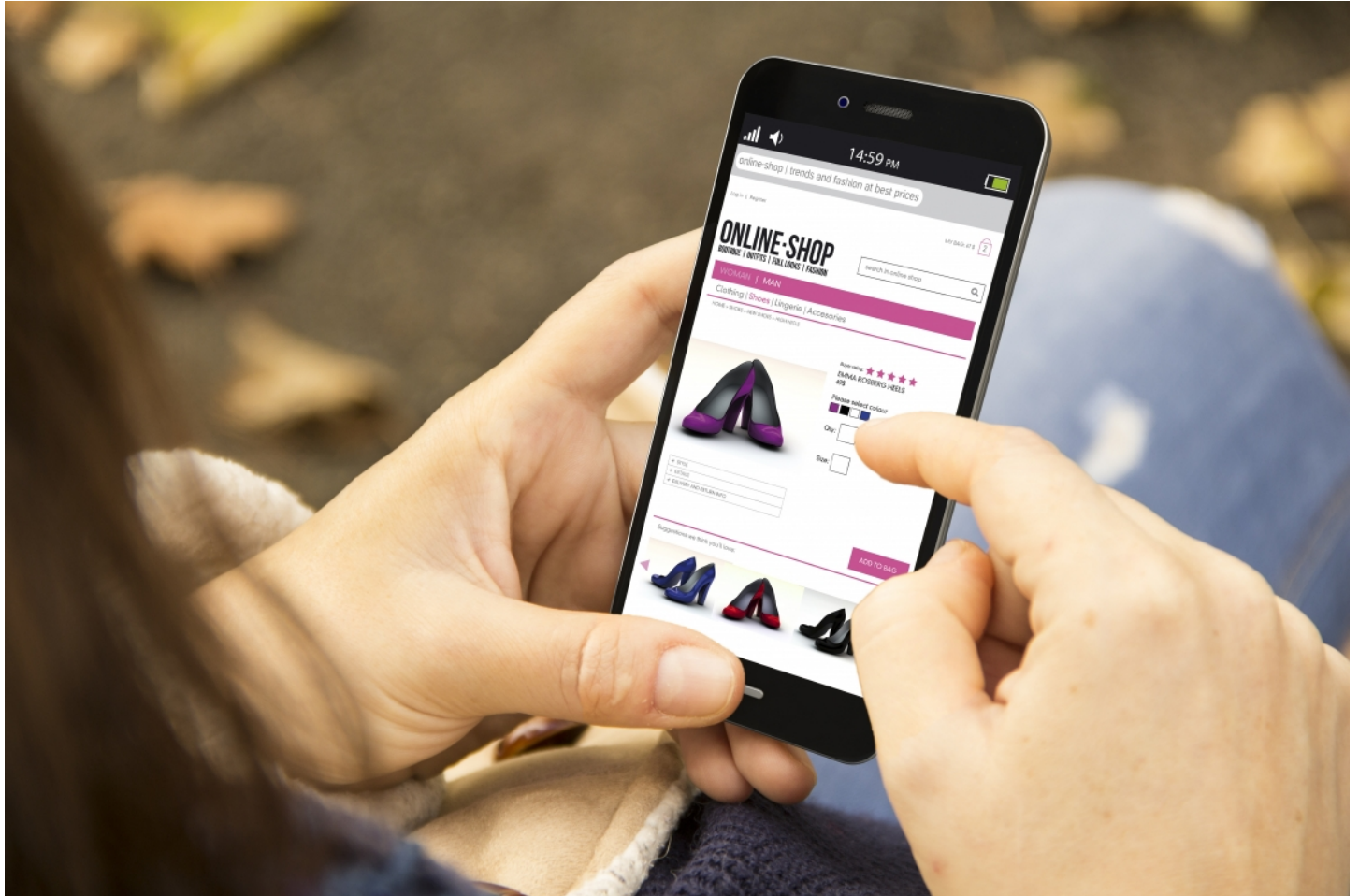


'Prestaties winkel moeten anders worden gemeten'

24-09-2019 09:57



Om de prestaties van een winkel te meten, is het niet meer voldoende om alleen te kijken naar de omzet per vierkante meter en de winst- en verliesrekening. Dat zegt financieel expert Richard Kestenbaum in het [jubileumnummer van RetailTrends](#).

"Als we vasthouden aan de traditionele tools is het gevaar groot dat bestuurders verkeerde conclusies trekken over de prestaties van hun winkelbestand", aldus de medeoprichter en partner van de Amerikaanse investeringsmaatschappij Triangle Capital. Hij is nauw betrokken bij overnames en fusies van onder meer cosmetica- en fashionlabels.

Kestenbaum pleit onder meer voor het vaststellen van een zogenoemde catchment area: een geografisch gebied waarbinnen de e-commerceomzet wordt toegekend aan de fysieke vestiging in die zone. "Het aantal onlineverkopen in de nabije omgeving van een vestiging ligt over het algemeen hoger dan elders. Die omzet gaat echter de boeken in als online-omzet en men houdt geen rekening met het effect van een stenen winkel. Dat geeft een vertekend en incompleet beeld van de impact van die winkel." Lees het complete artikel [in het digitale magazine](#).