

Advertorial: Drie lessen voor de retail in crisistijd

15-06-2020 08:00



De coronacrisis zet de wereld op z'n kop, en daarmee ook de retail. Je ziet looproutes in winkelstraten, een wachtrij voor winkels en een enorme stijging in online verkoop. Hoe ga je als retailer met al deze veranderingen om? En kun je er misschien zelfs iets van leren? Retaildeskundige Eva Rutten, docent Ondernemerschap en Retail Management bij NHL Stenden, weet het als geen ander. Welke lessen halen wij nu uit deze crisistijd?

1. Werk samen; dan bereik je meer

Er zijn in de retail veel mooie samenwerkingen ontstaan als gevolg van de crisis. Beroepsmatig, maar ook op persoonlijk vlak. "Denk bijvoorbeeld aan boeren die samen de buurt zijn gaan beleveren. Of aan beautymerk Rituals die de handgels en doucheschuim nu niet alleen in eigen winkels maar ook in displays bij de Albert Heijn heeft staan," licht Rutten toe. Er zijn vastgoedeigenaren die huur (gedeeltelijk) kwijtschelden, om winkels en ondernemers tegemoet te komen. En mooie persoonlijke initiatieven. Rutten: "Ik zie klanten in de supermarkt spontaan karretjes schoonmaken, maar ook mensen die hun huis opruimen en spullen, al dan niet gratis, in de buurt aanbieden. Consumer to consumer wordt heel duidelijk zichtbaar." Nu zijn we misschien gedwongen door de situatie, maar samen bereik je meer. Zoek ook na de crisis eens naar nieuwe én voor de hand liggende samenwerkingen, want samen bereik je meer.

2. Denk digitaal: de online verkoop stijgt

GfK, het grootste Duitse marktonderzoekinstituut, rapporteerde rond de coronacrisis enorme stijgingen in online aankopen. Rutten: "Wie als klant eerst nog schroom had, bedelde nu om bezorgmomenten. En de zondag is inmiddels ook een standaard beleveringsdag." Daar kun je als retailer op inspelen en je voordeel mee doen. "Nu iedereen veel meer thuis is, verandert ook bij bijvoorbeeld supermarkten de vraag, en liggen er online kansen om nieuwe markten aan te boren." legt Rutten uit.

3. Speel in op de (veranderende) behoeften en waarden van de klant

"Zekerheid, familie en vriendschap zijn ineens waardevoller dan ooit, en dat zie je ook in de retail." We waren de afgelopen jaren onbeperkt verbonden, maar voelden die verbinding minder. We hadden veel zekerheid door datakennis, maar waren onzekerder dan ooit. "We zien nu dat mensen uitgebreider gaan koken, dat gemak ineens minder belangrijk wordt ten opzichte van kwaliteit en prijs. En dat service meer op waarde wordt geschat." Kijk dus niet alleen naar wát je maakt, maar ook hoe je het passend maakt voor je klant.

Hoe zorg je er nu voor dat je deze lessen ook in de praktijk goed toe kunt passen? Met de [duale opleiding Ondernemerschap & Retailmanagement van NHL Stenden Hogeschool](#) leer je meer over kansen zien (en pakken), leiderschap en persoonlijke en zakelijke relevantie. Zo kom je persoonlijk én zakelijk vooruit en maak jij jouw ambities binnen de retail waar. [Meer weten? Meld je dan aan voor de online Info avond op dinsdag 23 juni.](#)