

Advertorial: Vier manieren om bij te blijven in de retail

28-09-2020 08:00



De verandering in koopgedrag van consumenten is en blijft een uitdaging voor de retail branche. Enerzijds komt er steeds meer kennis over het gedrag van de klanten en hoe je daar efficiënt op kan inspelen en aan de andere kant leveren die ontwikkelingen steeds meer manieren op om alle verschillende klantbehoeftes 24/7 te bedienen. Dat die veranderingen snel gaan, weten ook hbo dual docent en studiecoach en Ondernemerschap & Retailmanagement Eva Rutten en Hans Schülski, bij NHL Stenden Hogeschool. Hun visie op deze ontwikkelingen:

1. Kijk naar je concurrent

Weten wat er in je eigen bedrijf gebeurt is belangrijk, maar weet je ook wat concurrenten doen? Hans Schülski: "Als retailer is het noodzakelijk om 'naar buiten' te blijven kijken. Daar zie je wat er in de wereld gebeurt. Wees op de hoogte van je concurrenten. En kijk niet alleen naar jouw directe omgeving maar denk groter. Kijk ook eens nationaal. Of zelfs internationaal."

2. Denk aan de verschillende generaties

Een andere manier om te zien wat er speelt, is door vooruit te kijken. Schülski: "Zoek naar veranderingen in het klantgedrag en houd daarbij rekening met nieuwe generaties. Je hoort nu veel over millennials, maar vergeet ook de zero's niet. Jongeren geboren tussen 1995 en 2015 zijn van enorme invloed op de retail branche." Hij

licht toe: "Ze zijn digitaal betrokken en hun levensstijl wijkt enorm af van de eerste. Maar ook de vergrijzing met een piek op 2040, heeft haar invloed op de manier waarop wij leven en consumeren."

3. Ga niet stilstaan, blij innoveren

"Stilstaan is geen optie, dat is achteruitgang", vindt Eva Rutten. "Je moet je dan ook echt blijven ontwikkelen als organisatie én als medewerker. Je ziet elke week weer nieuwe samenwerkingen ontstaan, waardoor er nieuwe product/markt combinaties ontstaan." Innovatie is daarbij het sleutelwoord. "Daarin zit ook direct de uitdaging, want we laten ons snel leiden door de waan van de dag waarin innovatie niet altijd centraal staat. Je organisatie in staat stellen om een visie te ontwikkelen, vraagt om sterk leiderschap waarbij keuzes over de toekomst gemaakt moeten worden."

4. Kijk of er een duale of deeltijdstudie is

Eva Rutten: "We zien het als docenten in de praktijk veel. Dat de combinatie van kennis, werkcontext en persoonlijke ontwikkeling werknemers helpt om bij te blijven in de retail branche." Met alleen kennis kom je op den duur niet meer mee. "We dagen studenten uit om te denken over de toekomst van de branche, aan de slag te gaan met nieuwe concepten. Tegelijkertijd dagen we ze uit in creativiteit en persoonlijk leiderschap. Zo gaan kennis en gedrag mooi hand in hand."

Wil jij ook blijven in de retail? Dit kan met de [duale hbo opleiding Ondernemerschap & Retailmanagement](#). Kijk voor meer informatie op www.nhlstenden.com of meld je alvast aan voor een van [onze evenementen](#).

Stefan Hop (33), rayonmanager bij Lidl Nederland, volgde de duale studie Ondernemerschap en Retailmanagement aan NHL Stenden Hogeschool en plukt hier vandaag de dag nog altijd de vruchten van: "Ik heb mij sinds mijn studie ontwikkeld van teamleider tot rayonmanager. Daarbij gebruik ik mijn in de studie opgedane management skills nog dagelijks. Bijvoorbeeld tijdens gesprekken met supermarktmanagers. Ook om een andere reden ben ik ontzettend blij met deze studie. Het was niet alleen toen, maar ook nu een motivatie die mij helpt om mijn ambities waar te maken."