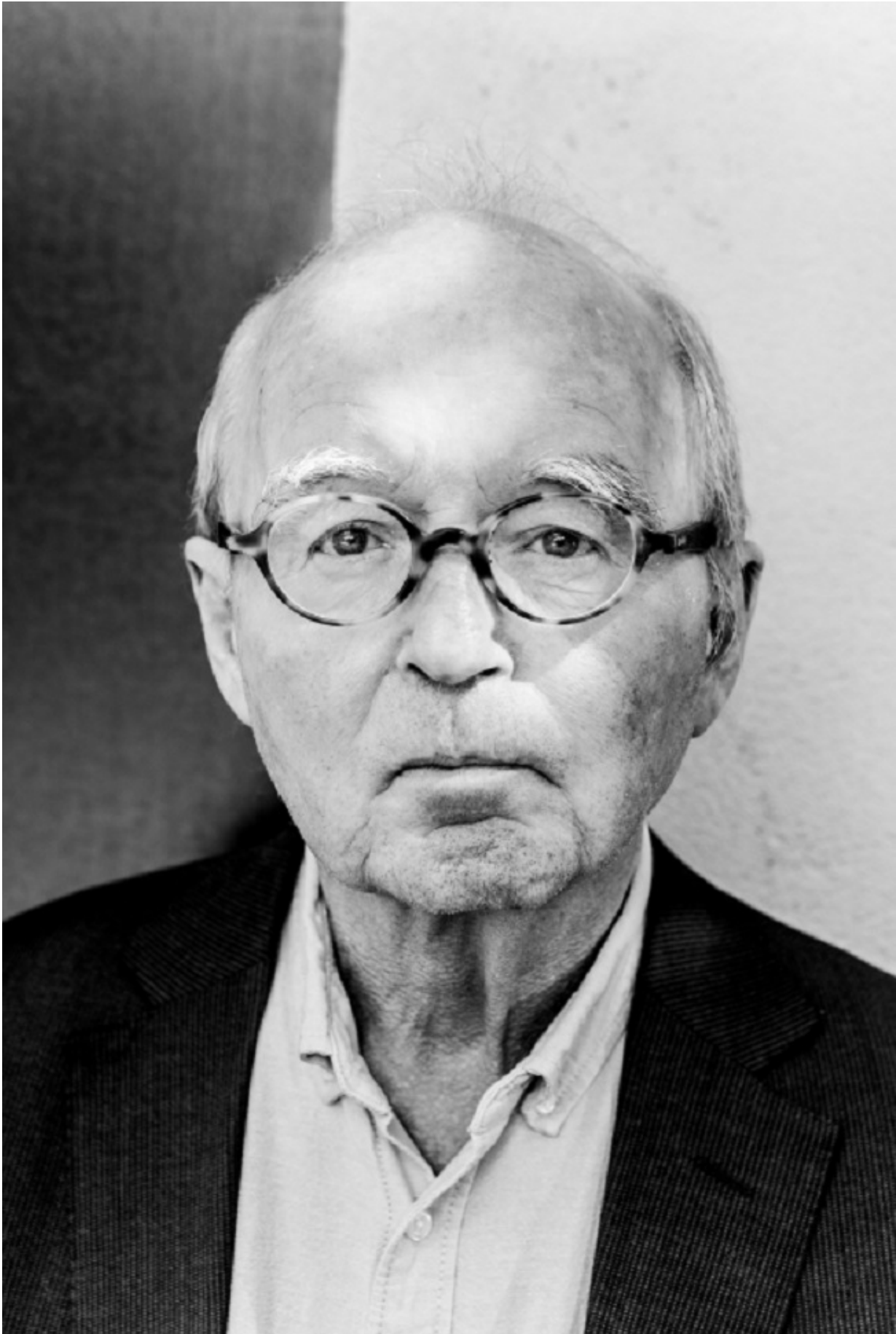


Leuke retailgoeroes? Jawel, ze bestaan

24-03-2021 13:00



Ter ere van onze voormalige hoofdredacteur en columnist Hans Verstraaten (1958-2020) herplaatsen we wekelijks een van de honderden columns die hij voor RetailTrends schreef. Vandaag: Hans ontmoet zowaar een leuke retailgoeroe.

Er zijn retailgoeroes die geloven dat de retail niet meer te redden is en die daar dikke rapporten over schrijven met bijvoorbeeld de stelling dat dertig procent van onze winkelhartes in rap tempo de dood tegemoet gaat. En niet één keer iets opbeurends in zo'n rapport hè, niet één keer iets van: maar als we nou dit doen, mensen, dan komt het misschien nog wel goed.

En je hebt natuurlijk die mensen – hoeveel zijn dat er al? vijfduizend? tienduizend? – die zich in het leven als retailgoeroe hebben gepositioneerd en op workshops voortdurend dingen roepen als omnichannel! en multichannel! en digitaal ketenmanagement! en natuurlijk belevingseconomie! en, nog steeds hoor, big en smart data! Dat moet je als retailer allemaal toepassen, in een juiste mix, en dan komt alles helemaal goed; en zo niet, dan heb je vast een verkeerde mix toegepast en moet je nog maar eens een vervolgworkshop volgen.

Zou het kunnen dat er binnenkort meer retailgoeroes zijn dan retailers? Ik vrees van wel. En dan is het geen wonder dat je zo'n retailgoeroe nou eens niet op een workshop ontmoet maar zomaar in het wild, wat mij vorige week overkwam. Zomaar ja, op de verjaardag van mijn broer. Hij stelde zich voor als Richard en, zonder ook maar één keer adem te halen, vertelde hij al twintig jaar werkzaam te zijn in de retail met al die jaren als heilig doel de omzet op de winkelvloer te verhogen met elk middel dat maar zou kunnen werken. Wat aardig lukte, vond hij zelf, waarna hij zijn sleutelbos tevoorschijn haalde en eindigde met de trotse woorden: "Ik rijd er een Audi S8 van."

Net op dat moment wilde ik snel op mijn horloge kijken en Richard meedelen dat ik heel dringend naar een zeer belangrijke afspraak moest – om half elf 's avonds ja – maar hij was me voor: "En nu heb ik weer iets, jongen, woch, dat gaat álles veranderen. En ik ben de eerste in Nederland die ermee komt."

Hij stond nu voor me, glimmend, gulzig, dolenthousiast; u kent wellicht het type wel: als baby waren ze al dolenthousiast, over zowat alles eigenlijk, en dat is nooit meer overgegaan. Ik ben stiekem, héél stiekem dan hè, soms stikjaloers op dat type mens.

"Het pratende schap!", zei hij toen. Ik keek hem honderd procent niet begrijpend aan.

En toen begon hij, echt waar, te pitchen – alsof ik de directeur was van een nationale winkelketen. Maar dat hebben dit soort types natuurlijk ook: pitchen zit in hun bloed, in hun genen, ik wed dat ze thuis ook tegen vrouw en kinderen en, vooruit, tegen hun hond voortdurend pitchen ("Stel je eens voor, Boris, dat jij en ik morgen een hele lange strandwandeling gaan maken, hè, lekker rennen, zie je het voor je jongen, zie je het voor je Boris?").

Pitch ik nu even namens Richard tegen u. Ja, ziet u het voor u, in uw winkel? Dat pratende schap van Richard, dat het geslacht en de leeftijdscategorie van een klant herkent en op basis daarvan doet dat pratende schap allerlei aanbiedingen en probeert, jawel, een intieme band te creëren met die klant.

Aarzelt de klant bijvoorbeeld om een bepaald sausje te pakken. Het schap ziet de aarzeling en begint met een praatje wat dit sausje allemaal kan. En als er een vraag komt van de klant ("Is het ook wat voor bij de pasta?") dan kan dat schap ook reageren, tot op bepaalde hoogte dan ("Jawel hoor, vooral lekker bij ravioli! En binnen vijf minuten op tafel!").

Een kwartier later was Richard klaar met de pitch en hé, nog net op tijd realiseerde ik me dat ik helemaal geen winkelketen heb, anders had ik meteen zijn hele revolutionaire systeem gekocht. Op proef, dat wel, want zoals Richard stelde, dat was al die jaren altijd en immer zijn uitgangspunt: niet goed, geld terug mensen. Hij had nu drie pilots lopen en hoopte binnen een jaar het pratende schap landelijk te kunnen uitrollen en dan...

Ja, wat dan, vroeg ik. Workshops geven, de zoveelste retailgoeroe worden, boekje schrijven, bijzonder leerstoel aan Nyenrode betreffende Instore Trafficking, commissariaatje hier en daar?

Zijn antwoord was tamelijk nuchter – en wat mij betreft compleet hartveroverend: “Dan koop ik een Audi R8.”

Het is even zoeken, maar er zijn ook nog leuke retailgoeroes.

Bron: RetailTrends 11, 2014

Hans Verstraaten