

Hoe Hans Anders en Wundermart kijken naar de toekomst van fysiek winkelen

28-05-2021 15:00



Branded content

Winkelstraten stromen de laatste tijd weer vol nu winkelen zonder afspraak weer is toegestaan. De verleiding voor veel retailers is groot om weer op de oude voet door te gaan. Maar is dit wel een verstandige keuze? Aangezien consumenten minder vaak fysiek aan het winkelen slaan en online steeds meer wegwijs worden. Hoe houden retailers fysiek winkelen eigenlijk relevant? Daarover gingen Bart van den Nieuwenhof (ceo van Hans Anders) en Patrick Dekker (director en founder Wundermart) onder leiding van Rupert Parker Brady in gesprek met Nick Botter (Salesforce) en Markus Konings (Sandenburg Concept Creation). Het gesprek in zes quotes.

'Winkels moeten meer een acquisitiekanaal worden'

- Nick Botter, chief innovation officer bij Salesforce

Botter ziet nog veel dat winkels in Westfield Mall of the Netherlands echt gebouwd zijn voor de transactie in

plaats van de relatie. Hij denkt dat het een hele goede ommekeer is als we ons afvragen hoe we die stap in Nederland kunnen zetten. “Zodat de winkels meer een acquisitiekanaal worden waar je een relatie opbouwt met de klant en op die manier veel meer gaat kijken naar ‘customer lifetime value’ dan naar de transactiewaarde. Op die manier zorg je ervoor dat je de klant leert kennen en blijft herkennen. Online kun je dat dan weer doorzetten.”

‘De grootste ergernis bij de klant is wachten’

- *Bart van den Nieuwenhof, ceo van Hans Anders*

Hans Anders gaat op dit moment een transformatie door, vertelt Van den Nieuwenhof. Voor de coronacrisis was de optieketen al bezig met meer werken op afspraak, maar dat is sinds de crisis zes keer versneld. “We zagen soms lange rijen in de winkel ontstaan. En de grootste ergernis bij de klant is wachten. We zijn toen meer op afspraak gaan werken, want waarom zou je ergens een uur wachten als het zodanig georganiseerd kan worden dat je als klant vrijwel direct aan de beurt bent.” Daarnaast leer je de klant ook goed kennen als hij een keer een afspraak heeft gemaakt, gaat Van den Nieuwenhof verder. “Dat geeft je de mogelijkheid je klant zo goed en gericht mogelijk te helpen.”

‘De traditionele retail benut de kracht van stimulans steeds minder’

- *Patrick Dekker, director en founder Wundermart*

Wundermart zegt heel erg te geloven in de kracht van de fysieke retail. Volgens de oprichter komt dat omdat de mens stimulans nodig heeft en spullen echt moet kunnen zien, voelen en ruiken voordat zij iets hebben van: ‘hey, dat wil ik’. “Wij vinden dat de traditionele retail die kracht steeds minder benut. Ze zijn vaak bezig met mensen naar de winkel te brengen. Wij willen weer de winkel naar de mens brengen. Wij zijn waar ze wonen, werken en reizen. Maar dan niet met grote winkels, maar met kleine autonome shops die precies op dat moment bieden, waar je ook bent, wat je nodig hebt of wilt.”

‘Ik zie de mens in onze winkels niet zo snel verdwijnen’

- *Bart van den Nieuwenhof, ceo van Hans Anders*

Of Hans Anders ooit overgaat op een winkel zonder medewerkers, net zoals bij Wundermart, daar is Van den Nieuwenhof duidelijk over. “Bij ons spelen natuurlijk de specialisten een grote rol. De opticiens in onze winkels die goed zijn opgeleid zijn een van de grootste toegevoegde waarde van wat wij zijn. Zij zijn de helden. In onze winkels proberen we die mensen zodanig in te zetten dat de vraag van klanten en de capaciteit van onze mensen beter bij elkaar komt. Mensen hoeven dan minder lang te wachten. Bij ons speelt de mens een zodanig grote rol, dat ik die niet zo snel zie verdwijnen.”

‘Personen zijn nodig voor de experience in een winkel’

- *Nick Botter, chief innovation officer bij Salesforce*

Botter gelooft in het zo efficiënt mogelijk inzetten van de medewerkers en meer te gaan doen met technologie. “Wij denken nog steeds dat als je je in een winkel richt op een stuk service waar je mensen voor nodig hebt, dat dat kan. Maar dan moet die persoon er echt alleen maar voor dat stuk zijn. Dus voor bijvoorbeeld de lifestyle of experience. En operationeel loopt alles dan helemaal op zichzelf.”

'Richt een grote winkel in waar mensen naartoe gaan voor de experience'

- *Patrick Dekker, director en founder Wundermart*

Volgens Dekker zouden retailers naar de mogelijkheid moeten kijken voor een winkel waar klanten naartoe gaan om het product te kopen en een winkel waar de klant het product/ de service kan ervaren. "Je kunt dan bij wijze van spreken een grotere winkel inrichten als plek waar mensen naartoe gaan voor de experience, maar vervolgens heb je ook daar waar de mensen zich begeven, dus in woongebieden en traffic areas, een klein convenience punt waar mensen het product kunnen kopen."

[Bekijk hier het hele gesprek terug](#)

Mente Weijer