

Eerste Euretco Etaleert positief ontvangen

11-04-2006 00:00

In een volle studio 21 op het Hilversumse Media Park organiseerde retail service organisatie Euretco gisteren de eerste brancheoverstijgende bijeenkomst Euretco Etaleert. Thema van de dag was Klantwaarde. Er waren ruim driehonderd ondernemers aanwezig uit de divisies Sport, Fashion en Wonen. Na een inleiding van dagvoorzitter Norbert van Noesel en een welkomstwoord van groepsdirecteur Frank van Wegen, "Euretco Etaleert past bij onze nieuwe dienstverlening, waarin dienstverlening aan ondernemers, de local heroes, bovenaan staat", nam retailprofessor Will Reijnders de aftrap.

In zijn presentatie ging hij in op wat klantwaarde nu eigenlijk is. Hij hield het publiek onder andere voor dat de huidige consument eigenlijk alles al heeft op materieel vlak. Daarnaast zijn er zoveel keuzes, zodat de consument elke dag weer het spelletje speelt 'waar leg ik mijn zakdoekje neer'. Klantfocus en het produceren van klantwaarde zijn daarom belangrijker dan ooit. Ondernemers moeten zich afvragen of zij wel genoeg attractiekracht hebben en daarnaast alle benefits op het gebied van assortiment, merk en services optimaal benutten. Dé gouden tip volgens Reijnders is 'Stel de klant centraal. "Ondernemers moeten meer verliefd worden op hun klanten, dan op de producten die zij verkopen."

Na Reijnders gingen de drie businessdirecteuren Mike Spoelder (Fashion), Cor Fakkeldij (Wonen) en Marius Rovers (Sport), in op wat klantwaarde nu precies voor hun divisies betekent. Ook hier kwam naar voren dat het product niet meer van het allergrootste belang is en het meer gaat om beleving. Local heroes moeten daarnaast vooral uitgaan van hun eigen kracht en uitstralen dat zij een A-merk zijn.

De vergelijking met teamsport gaat daarnaast ook op. "Het is Euretco's taak om met alle individuen samen te werken en te winnen, net als Rinus Michels deed in 1988 tijdens de Europese Kampioenschappen", aldus Rovers. Eindconclusie was dat ondernemers het beste van twee werelden in zich moeten hebben: uitmuntend zijn in lokaal ondernemerschap én optimaal omgaan met de centrale ondersteuning.

Topman Ronald van Zetten vertelde over de successen van HEMA. Volgens hem wordt het nog wel eens vergeten hoe belangrijk het personeel is in een bedrijf. "Het management team moet meer contact hebben met de mensen op de winkelvloer. Geef eens een compliment en leg uit waarom iets niet goed is. Als medewerkers goed in hun vel zitten, wordt dat ook overgebracht op de klant." Daarnaast gaf hij de aanwezige ondernemers de tip mee dat zij zich vooral niet teveel moeten bezighouden met de concurrentie, maar met zichzelf. "Ga uit van uw eigen kracht. Toon leiderschap."

De eerste Euretco Etaleert werd afgesloten met een gesprek met ondernemers Marius Konijnendijk (Konijnendijk Mode), Rob van der Geest (Sport2000) en Lex Lubbers (Lubbers Wonen). Konijnendijk refereerde aan het verhaal van Van Zetten, waarbij hij nogmaals inging op het belang van het personeel. "Medewerkers zijn de rode draad van een winkel. Dat is je kracht. Als je er voor je mensen bent, zijn ze er ook voor jou." Van der Geest was het hier roerend mee eens: "Je personeel moet een team zijn. Er moet geen verschil zijn tussen werkgevers en -nemers." Lubbers voegde daar aan toe dat klanten met alle egards moeten worden behandeld en geadviseerd. "Neem de tijd voor je klant. Desinteresse is dodelijk."

Tweede groepsdirecteur Ferry den Hoed sloot de dag af. "We waren best zenuwachtig, maar deze eerste

bijeenkomst heeft onze verwachtingen overtroffen. We gaan het zeker weer organiseren. We hopen erop dat u onze ambassadeur bent, zodat er volgend jaar nog meer ondernemers komen”, sprak hij het publiek toe, dat daarna kon genieten van de wervelende show Novomundo, om tijdens de borrel de dag nog eens door te nemen.

Voor meer informatie en netwerkdagen in retail, zie [RetailAgenda](#).