

Retail is mensenwerk: hoe vind en bind je personeel?

30-01-2023 12:10



Juist nu na 'corona' de fysieke retail de concurrentie met webshops moet aangaan, is het grote verloop onder winkelpersoneel een serieuze bedreiging voor de winkelstraat. De arbeidsmarkt is toch al krap, maar als je iedere keer opnieuw op zoek moet naar nieuwe medewerkers, deze steeds weer moet opleiden en moet duidelijk maken waar j  u winkel voor staat, wordt het steeds lastiger om de verwachtingen van klanten waar te maken. Zo wordt je personele uitdaging een serieus afbreukrisico voor je succes als retailer. Alleen door medewerkers vast te houden, ze te binden en te boeien, kunnen retailers het tij keren. Maar juist retailers blijken daar niet altijd even bedreven in.

Retail staat hierin overigens niet alleen. Recent [onderzoek van FTI Consulting](#) onder bijna 600 topbestuurders van grote Nederlandse bedrijven toont aan dat het tekort aan en het verloop onder geschikt personeel de allergrootste zorgen van werkgevers zijn. Binden en boeien van medewerkers is dus topprioriteit in alle sectoren.

Maar vooral managers in retail en FMCG geven aan hierin tekort te schieten. Waar landelijk gemiddeld één op de vier bedrijven zegt hier moeite mee te hebben, scoort de retailsector 29 procent op retentie en maar liefst 35 procent op werving van nieuw personeel. Dit zijn aanmerkelijk hogere scores dan in andere sectoren. In de technologiesector – de sector die toch regelmatig in het nieuws is vanwege personeelstekorten – geeft slechts circa 20 procent van de bedrijven aan een probleem te hebben met het vinden en binden van medewerkers.

Er lijkt dus sprake te zijn van een sector-uitdaging: hoe zorgen retail managers ervoor dat zij beter in staat zijn hun medewerkers (ook de flex- en parttimers) te binden met de winkel, het bedrijf en het merk? Oplossing van dit probleem is essentieel voor toekomstig succes. Want medewerkers die weten hoe de belofte van de winkel

waar te maken, versterken de identiteit en daarom de band van klanten met de winkel.

Wat ons betreft ga je hiermee direct aan de slag. Liever vandaag dan morgen. De volgende vijf direct toepasbare adviezen kunnen je hierbij helpen:

1. Je onderneming heeft een **strategie, een cultuur, merk- en kernwaarden**; kortom, je hebt bepaald waar je winkel voor staat. Het is belangrijk om dat beeld door te vertalen naar concrete gedragingen voor medewerkers. Zoals: hoe begroet je een klant? wat zeg je bij het afrekenen? Hoe zorg je ervoor dat een klant zich klant voelt?
2. Hoewel het gaat om het vinden en binden van individuen, is het belangrijk om **het team centraal** te stellen. Spreek medewerkers individueel aan op gedrag, maar beloon het hele winkelteam voor collectieve prestaties. Dat is de manier om medewerkers zich collega's te laten voelen en samen te werken om targets te behalen. Sinds voetballer Cristiano Ronaldo bij Manchester United is vertrokken en coach Erik ten Hag het team centraal stelt in plaats van de sterspelers, presteert het hele elftal immers beter.
3. Geef je medewerkers **aandacht, erkenning en waardering**. Beloning en arbeidsomstandigheden maken het verschil niet. Uiteindelijk gaat het erom dat mensen zich prettig voelen op hun werk, dat ze zich gezien, gehoord en gerespecteerd voelen door hun collega's en hun manager.
4. Zorg ervoor dat de **winkelbeleving én de beleving van je webshop** naadloos op elkaar aansluiten. Nu webshops – mede door het niet langer gratis kunnen terugsturen van aankopen – mogelijk minder aantrekkelijk worden, worden klanten kritischer en kieskeuriger in hun koopgedrag. De customer experience in de winkel én online (de klant maakt die optelsom) wordt dan steeds belangrijker.
5. Zorg voor een goede **employee value proposition**, waarin alles staat wat je de medewerker te bieden hebt (maar spiegel de zaken niet mooier voor dan ze zijn). Vertel altijd het eerlijke verhaal, ook over de minder aantrekkelijke kanten en wat je eraan doet om die te verbeteren. Maak duidelijk wat je van medewerkers verwacht, én wat zij daarvoor terug mogen verwachten. Houd je altijd aan je afspraken en beloftes. Medewerkers belonen immers integere werkgevers, die zeggen wat ze doen en doen wat ze zeggen.

Door met deze adviezen aan de slag te gaan, zul je al snel resultaten boeken. Je zult merken dat het commitment van het winkelpersoneel toeneemt. En dat zie je terug in het verloop: medewerkers blijven langer, worden beter in hun werk en verbeteren de kwaliteit van de winkel. Een grotere klanttevredenheid en betere winkelresultaten zijn het onvermijdelijke gevolg. En personeel vinden? Je zult merken dat dit probleem aanmerkelijk is verkleind; je wordt immers een aantrekkelijke werkgever, met winkels waarin het fijn werken is. Dat praat zich snel rond.

Martijn Hulshof, managing director FTI-BOLD