

Meer omzet, maar hoe?

Om retailers in deze stormachtige tijd een steuntje in de rug te geven, schreef retailadviseur Ad van Beek het boekje 'Ik wil meer omzet'. De auteur biedt lezers een aantal tools waarmee het tij van tegenvallende omzetten gekeerd kan worden. RetailTrends vroeg drie retailers een recensie te schrijven.

DOOR: MARJOLEIN VEEN



Jos Voncken, verkoopmanager Boerenbond Retail BV

"In 'Ik wil meer omzet' schrijft Ad van Beek op herkenbare wijze waar het aan schort ten aanzien van de klantbehandeling bij veel retailers. Het aloude adagium 'de klant is koning' lijkt in veel winkels te zijn vervangen door 'de klant is vervelend en stoort ons bij onze werkzaamheden'. Aan de hand van praktijkvoorbeelden wordt dit keer op keer duidelijk gemaakt. Dat dit een probleem is van alle tijden is duidelijk, maar Van Beek waarschuwt om juist in tijden van crisis te investeren in personeel. Hij ziet de komende tijd als een gouden kans om je te onderscheiden, iets wat we bij Boerenbond Retail onderschrijven. Zo hadden wij vanuit onze his-

torie voornamelijk een taakgerichte houding en leggen we sinds najaar 2006 meer het accent op een klantgerichte instelling. We zijn intensiever bezig met klantgericht werken en het behandelen van klachten, een onderdeel waar Van Beek het in zijn boekje ook over heeft. Je kunt nog zoveel aandacht besteden aan bijvoorbeeld de productkennis van je personeel – iets wat binnen ons bedrijf zeer belangrijk is – maar dat heeft weinig zin als werknemers niet bewust met klanten bezig zijn. Wij beknibben door de recessie niet op personeel en opleiding. Van Beek onderscheidt in zijn boekje zes principes waarmee retailers in staat worden gesteld de broodno-

'Juist in tijden van crisis moeten retailers investeren in personeel'

dige meerwaarde te creëren voor de consument. Het beïnvloeden van de houding van het winkelpersoneel ten opzichte van de consument is hierbij de rode draad. Van Beek spreekt met name over de verkeerde lading die het 'ambacht' van verkoper door de jaren heen heeft gekregen. Verkopen is met name goed luisteren en het zorgen voor oplossingen. 'Paarse krokodillen'-gedrag is hierbij uit den boze! Een leesbaar boekje dat ongetwijfeld de discussie doet oplaaien over hoe de komende, naar verwachting, moeilijke tijd door de retail opgevangen kan worden."

Hans Eggink, eigenaar van vijf Pearle-winkels in regio Den Haag

"Het boekje van Van Beek is helder, duidelijk en met een vleugje humor geschreven. Er staan veel elementen in die ik al wist, maar het is goed deze aspecten nog eens terug te lezen. Zo plakken veel verkopers een etiket op een binnenkomende klant. Van Beek illustreert dat met een autoverkoper die al denkt te weten wat een klant gaat kopen, puur door te kijken naar zijn kledingstijl. Door dit soort vooroordelen gaat een verkoopgesprek vaak de mist in. In onze winkels trainen we onze medewerkers erin zo objectief mogelijk naar klanten te kijken. Een verkoper moet met een open houding het gesprek ingaan, het

'Helemaal in deze tijd is het belangrijk klanten die binnenkomen, te binden'

hele pakket aanbieden en de klant vrij laten in zijn keuze. In het boekje wordt op een heldere manier omschreven hoe retailers hiermee om kunnen gaan. Zelf controleren wij de gang van zaken betreffende verkoopsgesprekken door het inzetten van mystery shoppers. Retailers kunnen uit elk hoofdstuk nuttige tips halen. Er worden herkenbare onderwerpen behandeld. Het is belangrijk om de klanten die binnenkomen, te binden. Dit doen wij door in te zetten op serviceverlening. Zo nemen we onze klanten een hoop werk uit handen doordat wij hun declaraties met de zorgverzekeraar afhandelen. Ik had graag iets meer

gelezen over de omgang en binding met medewerkers. Het is moeilijk personeel aan een bedrijf te binden. Jobhoppen komt veel voor binnen retail en ook werken er veel parttimers die een bepaalde binding missen doordat ze minder uren draaien. Zoals je bijvoorbeeld het 'blauwe gevoel' hebt bij KLM, is dat in ons geval niet het 'groene gevoel'. Wat me aanspreekt aan de auteur, is dat hij me, enkele weken nadat ik het boekje in bezit had, belde om te vragen wat ik van zijn boekje vond. Waar hij over schrijft – wees direct, open en betrokken – trekt hij dus ook door in zijn eigen manier van benaderen."

Willie Dekens, formulemanager MultiMate bouwmarkten (onderdeel van DGN Beheer)

"In de retail staat de klant centraal. Maar bij veel winkelbezoeken ervaren we juist het tegendeel. Soms moet je smeken om een begroeting, vragen om geholpen te worden, afwachten of het personeel kennis van zaken heeft en er van uit gaan dat de verkoper goed naar jouw wensen luistert. Veelal verdiept het personeel zich niet in wat leeft bij de klant en schat men de situatie verkeerd in. Juist in deze tijden is dit van essentieel belang. De columns in het boekje 'Ik wil meer omzet' zijn verhelderend en herkenbaar. De voorbeelden en handreikingen om het anders te doen zetten je aan tot nadenken en om actie te ondernemen. Binnen de DHZ-Sector vond de afgelopen jaren een enorme

schaalvergroting plaats. De focus van veel bouwmarktketens ligt op een groot aanbod. Naast assortiment, prijs en bereikbaarheid richt DGN zich met haar drie formules, Hubo, Doeland en Multimate nadrukkelijk op advies, service en kwaliteit. Dat het boekje 'Ik wil meer omzet' in lijn ligt met de visie van DGN spreekt dus voor zich. Voor personeel van de organisatie en de aangesloten ondernemingen zijn de columns in het boekje enerzijds een bevestiging en anderzijds zorgen zij voor scherpte. Wanneer de principes die Ad van Beek benoemt een continu proces zijn, leidt dit tot een positief resultaat. Een aantal jaar geleden heb ik de schrijver leren kennen tijdens een opleidingstraject. Wat

'De voorbeelden om het anders te doen zetten je aan tot nadenken'

direct opviel is dat hij mensen inspireert. Hij gaat uit van de mensen in een team en van hun verschillende talenten, en weet deze naar boven te halen. Hij motiveert en stimuleert, waarbij talenten naar voren komen en samenwerking wordt gecreëerd. Het uiteindelijke resultaat? Meer resultaat!" ■

■ WIE IS AD VAN BEEK?

Retailadviseur Ad van Beek is directeur van het bedrijf RetailMatch en heeft ruim dertig jaar ervaring in de retail. Van Beek geeft teamtrainingen aan retailers. Schuurman Schoenen, Intersport en Beter Bed zijn reeds bij Van Beek in de leer geweest. Kijk voor meer informatie over trainingen op retailmatch.nl. Het boekje 'Ik wil meer omzet' is voor vijftien euro te verkrijgen via ikwilmeeromzet.nl.