

MEER OMZET MET
AD VAN BEEK



ALBERT HEIJN
PERFECTE PARTNER
EREDIVISIE



HET ENIGE BRANCHE-OVERKOEPELENDE NIEUWSBLAD VOOR HET MANAGEMENT EN DGA'S VAN RETAILBEDRIJVEN IN NEDERLAND EN VLAANDEREN

Nummer 2 - 2009 / Jaargang 17

Losse verkoop

RETAIL **M**ANAGEMENT



Daniel Ropers:

'Wij willen vooral het best passende product aan onze klant verkopen'

Meer aandacht voor de klant



Het boekje 'Ik wil meer omzet' is een groot succes. Auteur Ad van Beek wordt overspoeld met aanvragen. En de reacties zijn zeer positief. Toch is Van Beek niet helemaal tevreden. "Nog niemand heeft gevraagd wat die zes principes zijn die in het boekje verstopt zitten."

Het boek 'ik wil meer omzet' is niet aan te slepen, veel retailers hebben het boekje gelezen.

Auteur Ad van Beek krijgt veel positieve reacties als; herkenbaar, makkelijk lezend, mooie kleine stukjes, inspirerend, weer even terug naar de basis. Toch heeft de directeur van RetailMatch BV nog niet de reacties gehad waar hij op had gehoopt. "Door alle verhalen heen lopen zes kernpunten die niet in het boekje benoemd staan maar die voor mij, gevormd na dertig jaar retailen, de principes zijn waar het in de retail om draait en die leiden tot succes. Op deze principes baseer ik mijn team- en verkooptrainingen. Bij het boekje zit een begeleidende brief waarin ik de ondernemer uitdaag deze principes uit de verhalen te filteren. Van alle boekjes die zijn besteld is er niet één ondernemer geweest die mij heeft gemaaild met de vraag welke principes dit nu eigenlijk zijn." Toch is de auteur hier niet echt verbaasd over. "Het boekje wordt wel gelezen, maar ik merk dat mensen steeds minder tijd nemen zich ergens in te verdiepen. In mijn boekje gaat het natuurlijk niet om de zes principes, maar om de toepassing daarvan. Mijn manier van werken is dat alles uit de mensen zelf moet komen. Hoe groter de verbondenheid, des te groter de eigenheid en puurheid waarmee wordt ondernomen. Kort door de bocht gezegd, ondernemers die zich het boekje eigen maken en praktisch met de principes aan de slag gaan zijn, zullen ook die ondernemers zijn die succes krijgen."

Voor Retail Manager geeft Van Beek één principe uit het boekje weg. "Het eerste principe is 'zorg dat mensen in verbinding met zichzelf staan.'" De auteur legt uit wat hij met dit principe bedoelt. "Een verkoopster die goed in haar vel zit zal makkelijker communiceren met een klant, wat het contact met de klant ten goede komt. Dit geldt ook voor een ondernemer.

Een baas die commando's geeft zonder in verbinding te staan met zijn medewerkers, geeft afstand en conflicten. Een baas die zijn gevoel kan benoemen en in verbinding staat, daarvoor zullen zijn teamleden eerder bereid zijn iets extra's te doen."

Communiceren is een centraal punt in de trainingen die Van Beek geeft. "Bijna iedereen heeft een gebrek aan zelfvertrouwen en probeert dit op één of andere manier te verbergen. We voelen ons allemaal kwetsbaar. Ik hou mensen een spiegel voor zodat ze zich bewust worden van het effect van hun houding en gedrag op hun omgeving zowel bij klanten als collega's. Het doel van de teamtraining is dat de deelnemers het talent in zichzelf en bij anderen ontdekken, deze talenten met elkaar ontwikkelen tot een solide geheel, hét team. En deze talenten effectief weten te gebruiken in de verkoopsgesprekken."

Customer Loyalty

Van Beek richt zich niet alleen op retailtrainingen, maar ook op customer loyalty. "De meeste winkeliers zijn vooral bezig hoe ze van de winkelbezoeker een klant kunnen maken. Maar om echt succesvol te worden is het noodzakelijk dat deze klant ook fan wordt, vertegenwoordiger van je onderneming, een lopende etalage. Als dat lukt dan komen niet alleen de fans terug, maar brengen ze ook hun aanhang mee. RetailMatch heeft vijf loyaliteitsprogramma's die de winkelier helpen om de klantenbinding te vergroten."

Volgens de auteur van 'Ik wil meer omzet' geldt hierbij één toewoord, authenticiteit. "De puurheid van de verkopers is zo ontzettend belangrijk", legt Van Beek uit. "Veel ondernemers hebben het steeds over Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Dit is helaas over het algemeen niet meer dan een marketingtool. De consument prikt deze luchtbel met onechthe-

den steeds vaker door en ze gaan op zoek naar wat wél echt is." Volgens Van Beek is deze authenticiteit in Nederland vooral buiten de Randstad nog te vinden. "Hier word je in winkels heel anders benaderd dan in de Randstad. Ondernemers zouden eens één dag in de week een bus verkopers uit Oost- of Noord Nederland naar de Randstad moeten laten komen. Ik denk dat ze dan goud verdienen. Deze mensen zorgen voor een prettige winkelbeleving met nog echte aandacht voor de klant. In hun eigen streek komen deze verkopers echter minder goed uit de verf, omdat iedereen daar zo is en klanten deze benadering gewend zijn. Net zo min dat het klanten in de Randstad niet meer opvalt als ze in een winkel niet vriendelijk worden begroet. Op deze puurheid en hartelijkheid richt ik mijn trainingen."

RetailMatch is ook de ontwikkelaar van de PremiePas. Dit is een loyaliteitsprogramma waarbij kopers en niet-kopers online vragen invullen en hun mening geven over het winkelbezoek van het bedrijf waarvan ze een pas hebben gekregen. In ruil voor deze informatie en NAWE gegevens krijgt de klant een korting op een volgende aankoop, te besteden in die winkel. "De premiepas stelt ondernemers in staat hun klanten te verrassen. Het is een uitstekend instrument gebleken om de consument te verleiden om fan te worden."

Masterclass

Het boek 'Ik wil meer omzet' was niet een eenmalig project van Van Beek. De auteur is van plan om de komende jaren meerdere van deze boekjes te schrijven. "Ik heb nu in één boekje de zes principes geïntroduceerd. Aankomende jaren wil ik zes boekjes schrijven. In elke uitgave beschrijf ik één principe en leg dit uit met voorbeelden uit de retailpraktijk."

"Door mijn trainingen in de retail maak ik zoveel mee waarvan ik

denk dat het leuk en leerzaam is om ze te delen met de lezer. Waarbij de insteek blijft om de lezer te prikkelen. Ik wil geen standaard boekje schrijven over de retailsector met top tien tips en adviezen. Het moet praktisch herkenbaar zijn en simpel geschreven. Op deze manier wil ik ondernemers stimuleren om op een andere manier met hun klantcontacten en met samenwerking om te gaan."

Om de inhoud van het boekje 'ik wil meer omzet' praktisch en succesvol toe te kunnen passen organiseert Van Beek enkele Masterclasses. In één avond probeert de auteur de belangrijkste elementen van het boek over te dragen. "Mijn doel is niet om heel vernieuwend te zijn, maar ik wil de aanwezigen juist inspireren. Meestal zeggen de ondernemers dat ze de theorie al kennen maar geven toe dat het in de praktijk nauwelijks wordt toegepast. Daarom ga ik in mijn boekjes en in de Masterclasses weer helemaal terug naar de basis, namelijk meer aandacht voor de klant. Daar begint en eindigt ieder succesvol concept. En dat draag ik op een inspirerende manier over op de aanwezigen."

Meer weten? www.ikwilmeeromzet.nl/masterclass ■

