

TACO DE GROOT

'Veel retailers staren nog als een konijn in de koplampen en denken het komt wel goed', filosofeert ceo Taco de Groot van Vastned. Zijn advies: zet die roze bril af en luister naar de consument!

ANDER BESTEEDBAAR INKOMEN

'Retailorganisaties zijn van oudsher gericht op de inkoop en vergeten te luisteren naar de consument. Die consument hoef je echt niets meer wijs te maken, die surft het net af. Veel retailers staren nog als een konijn in de koplampen en denken het komt wel goed. We komen zo langzamerhand uit de crisis, maar vanzelf komt het niet goed. Jongeren zijn bijvoorbeeld minder geïnteresseerd in bezit. In plaats van die dure spijkerbroek kopen ze er liever eentje bij H&M en vliegen voor 69 euro met Ryanair naar Barcelona. Voor het geld van een dure spijkerbroek hebben ze een andere belevenis.

Gezinnen besteden het inkomen anders dan vroeger. Vier mobiele telefoons kosten al minstens 1500 euro per jaar en dan ben je er nog niet. Papa wil voetbal zien op Ziggo, de kinderen een abonnement op Spotify. En zonder Netflix en HBO kun je ook niet meer. Dus een groot deel van het besteedbaar inkomen gaat naar multimediacommunicatie. Dan moet je je als retailer onderscheiden met een perfecte winkel, online business en goed personeel. En we moeten af van die vele m2 winkelruimte. In Nederland is een overaanbod: je kunt je euro maar een keer uitgeven. Links- of rechtsom zullen we er afscheid van moeten nemen, en dat is ook een taak van de centrale overheid. Creëer als stad een gezonde mix in het winkelaanbod, enige regulering is wenselijk. En, alles draait om een goede locatie en een pand dat geschikt is voor diverse huurders. De markt verandert snel, het ene moment zit er een jeanszaak in je pand, een paar jaar later is het een verkoopplek voor Porsches.'

INVESTEER IN PERSONEEL

'Waar vindt contact plaats en valt nog een slag te winnen: in de winkel. En wie wordt het slechts betaald: het winkelpersoneel. Investeer in opleidingen van het personeel. Retailers die dat doen, scoren beter. Als je als klant online een keer een verkeerd pakje krijgt dan ben je klaar met dat bedrijf. In een winkel is dat niet zo als je goed personeel hebt rondlopen. Door goed te helpen en een klacht op te lossen, blijft die klant. Betaal je personeel beter, dan krijg je ook gemotiveerde medewerkers. Waarom heb je zo'n goed gevoel als je een Apple Store binnenloopt? De klant krijgt aandacht. De baas is verantwoordelijk voor gemotiveerd personeel; de verkoopmedewerker kan er meestal weinig aan doen!

PROJECT – VREDENBURG

'Van ons project op Vredenburg in Utrecht krijg ik energie: we gaan daar iets toevoegen aan de stad. Die vreselijke gevels vervangen we; boven de winkels zijn al woningen gecreëerd. Met retailers zijn we nog in onderhandeling. Het is natuurlijk leuk als je retailers weet aan te trekken die nog niet in Nederland zitten en we zo nieuw bloed in de Utrechtse binnenstad krijgen. Of dat gaat lukken? Dat is nog geheim.'



OPVALLENDE RETAILER

'Uniqlo. In Nederland zitten ze nog niet, maar ik denk niet dat Amsterdam lang zal achterblijven. Zara is door de wisselende collectie goed. Ze hebben feeling met wat de consument wil. Rituals is er ook zo een. Een nieuwkomer op de markt: Denham Jeans; ze timmeren behoorlijk aan de weg en hebben winkels op mooie plekken.'

WINNAAR OMNICHANNEL

Orlebar Brown. In Nederland zijn er nog geen fysieke winkels. Ze zijn begonnen met Sean Connery-achtige zwembroeken en verkopen inmiddels ook vrijetijdskleding. Orlebar Brown heeft een vriendelijke benadering: als je iets bestelt, word je niet dood gegooid met e-mails.'

FAVORIEETE LOCAL HERO

'Juwelier Schaap & Citroen. Ik heb veel respect voor dit familiebedrijf. Hun personeel is goed opgeleid.'

FAVORIEETE FOODCONCEPT

'My Muesli. Ze zeggen niet dit stoppen wij in een zak of scheppen we in je kommetje. Je kunt zelf een 'pakketje' samenstellen. De klant bepaalt!'