

## Retailprofessional Carin Frijters: “Slagers hebben goud in handen”

Carin Frijters is retailprofessional en auteur van de boeken ‘Prikkel de Koopknop’ en ‘RetailTheater’. Ze ziet volop kansen voor onze branche. “Slagers hebben echt goud in handen. Als ze maar de juiste keuzes maken.”

Carin Frijters was een van de sprekers tijdens de KNS Jubileumdag op 4 april. In haar presentatie liet ze zien dat het retaillandschap constant verandert. Ze ziet op dit moment vier belangrijke trends, namelijk: ‘flexibiliteit’, ‘versnellen en vertragen’, ‘store wordt stage’ en ‘verbinden’.

### WAT BETEKENEN DEZE TRENDS VOOR ONZE BRANCHE?

“Flexibiliteit is een belangrijke trend voor slagers. Dit betekent dat specialisten, ook buiten hun eigen vakgebied, steeds meer met klanten meedenken. Zo wordt er volgende maand een pindakaaswinkel geopend in Amsterdam. Blijkbaar zijn er

dus fans van pindakaas. Slagers kunnen hun eigen leveranciers een vergelijkbaar podium geven. Klanten zouden het bijvoorbeeld erg leuk vinden om bij een slager een ruime keuze te hebben uit zoutarme, hoogwaardige kruiden. Een slager kan klanten verschillende smaken laten proeven, en hij kan hen hier goed

## “Nieuwe initiatieven zijn geen bedreiging, maar een kans”

over adviseren. En een leverancier kan demonstraties geven. Ook op andere vlakken kan een slager met klanten meedenken, bijvoorbeeld door een box te leveren met groenten van de lokale boer.”

### HOUDT DE SLAGER ZIJN BESTAANSRECHT?

“Jazeker. Dit heeft met name te maken met de trend: ‘versnellen en vertragen’. De generatie die na ons komt, groeit op in een snelle tijd. Ze hebben altijd de beschikking over internet gehad en weten niet anders. Voor weinig geld kunnen ze overall kilo-knallers kopen. Door die toenemende snelheid ontstaat er ook behoefte aan vertraging. Mensen willen weer terug naar het ambacht, de menselijke maat en het persoonlijke contact. De slogan van Ikea is niet voor niets: ‘Aandacht maakt alles mooier’. De slager kan die aandacht geven, en heeft daarmee echt goud in handen.”

### WAT ZIJN DE STERKE ASPECTEN VAN DE SLAGER?

“Een slager kan zijn klanten iets laten zien. Dit past perfect bij de trend: ‘store wordt stage’. Deze trend betekent dat je van je winkel een theater maakt met een afwisselende programmering. Dus de ene keer nodig je een chef-kok of een leverancier uit om een demonstratie te geven. Een volgende keer plaats je zelf een meubel midden in de winkel, waarop je iets laat

zien en laat proeven. Zo kom je letterlijk naar de klanten toe, en creëer je fans. Jumbo Foodmarkt heeft erg veel succes met dit soort cockpits op de versafdelingen. Slagers kunnen daar iets van leren.

Een demonstratie is bovendien een goede manier om een seizoen in te luiden, bijvoorbeeld de lente of het barbecue-seizoen. Zo breng je klanten op ideeën. Consumenten maken een koopproces door. Mensen die iets geproefd hebben, zijn verder in dat koopproces dan mensen die alleen iets gezien hebben. Ze zijn dus eerder geneigd om iets te kopen.”

### WELKE TIPS HEB JE VOOR HET OPZETTEN VAN EEN WEBSHOP?

“Ik zou als slager geen webshop openen. In de meeste gevallen heb je niet de tijd en het geld om dit écht goed te doen. Je kunt internet beter gebruiken om je vak-kennis over te brengen. Zo speel je in op de trend ‘verbinden’. ‘Verbinden’ betekent dat klanten via verschillende kanalen contact hebben met een winkel. Albert Heijn speelde hier het afgelopen jaar met Kerstmis goed op in. Klanten konden tijdens het koken van het kerstdiner een vraag stellen aan de kookexperts van Albert Heijn. Dit werkte via WhatsApp, en was een enorm succes. Gamma heeft een vergelijkbare chat-functie voor klusproblemen. Slagers kunnen dit natuurlijk ook. ‘Verbinden’ betekent bovendien dat je actief bent op de kanalen waar jouw klanten zich bevinden, bijvoorbeeld op Facebook. De on- en offline kanalen moeten tegenwoordig echt naadloos op elkaar aansluiten. Dus de recepten die je in de winkel laat zien, moeten online terug te vinden zijn, bijvoorbeeld op je website of Facebook.”

### HOE GA JE (ALS WINKELIERS-VERENIGING) OM MET LEEGSTAND?

“Leegstand is een probleem dat opgelost moet worden door meerdere partijen, zoals de gemeente en vastgoedeigenaren.



Ik zou me als individuele ondernemer vooral afvragen: zit ik nog wel op de goede locatie? Of kan ik beter verhuizen naar een plek waar het nog wel bruist?”

### WELKE LESSEN KUN JE TREKKEN UIT DE WINKELS DIE OMGEVALLEN ZIJN?

“Sluit je ogen niet voor de werkelijkheid, maar ga mee met de tijd. Overal om je heen ontstaan nieuwe samenwerkingsvormen, zoals Thuisafgehaald. Je kunt dit als een bedreiging zien. Beter is het om je af te vragen of je op een succesvolle manier met hen kunt samenwerken. Een tweede les is: wie niet kiest, die verliest. Winkeliers die alles een beetje willen doen, slaan de plank mis. Dus maak een keuze en zorg dat je ergens heel erg goed in wordt.”

Tot slot: kies een koers die past bij je marktgebied. Ouderen hebben andere behoeften dan jongeren. Dus doe niet zomaar iets. Bedenk wat bij jouw doelgroep het beste past.”

### Ledenaanbieding

Wil je meer advies van Carin Frijters? Speciaal voor leden van de KNS is er een aanbod van de boeken van Carin Frijters.

<b>Prikkel de Koopknop</b>	van 40,09 voor 35
<b>RetailTheater</b>	van 27,36 voor 23
<b>Een combi van beide</b>	van 67,45 voor 55

Alle bedragen zijn inclusief verzending, excl. BTW.

Wil je een boek bestellen? Mail dan naar [info@cfretailadvies.nl](mailto:info@cfretailadvies.nl) o.v.v. van De Slager met de titel(s) van het boek dat je wilt bestellen.