



GMS wenst u een succesvol en ondernemend 2016!



VOORWOORD

Onstuimig einde van 2015 biedt nieuwe kansen voor 2016

Bijdrage Vincent de Kok

Lang verwacht en toch uiteindelijk nog gekomen. Uit eerdere geluiden bleek al dat V&D en Hoogenbosch het moeilijk zouden hebben. En toch was het nog een verassing toen het surseance snel werd gevolgd door het faillissement van beide organisaties.

Redenen dat beide clubs het niet hebben gered zijn er talrijk. Iedereen heeft daar wel een mening over en doet daarover ook zijn zegje in de media.

Het is alleen jammer dat de mensen die continu enkel roepen, de aandacht op zich weten te vestigen. De mensen die concreet naar oplossingen op zoek zijn die raken ondergesneeuwd door de hoos aan negatieve berichtgeving. Voor u als ondernemer is het namelijk vele malen interessanter juist deze mensen te horen en te leren van andermans fouten.

Zoals jullie weten heeft GMS, vanaf het moment dat zij haar entree heeft gemaakt in de Nederlandse markt, het principe gehanteerd dat enkel "speciaalzaken" de toekomst hebben. Ondernemers anno 2015-2016 dienen keuzes te maken om zich te kunnen wapenen tegen aanvallen uit verschillende hoeken.

Webshop?

Vaak hoor ik geluiden als: 'je moet perse een webshop hebben om te overleven'. Maar een rondgang in het land leert ons dat er erg weinig webshops zijn die geld verdienen. Zeker als je bottom line naar zo'n exploitatie kijkt. Twee van de meest succesvolle ketens in Nederland, Primark en Action, hebben helemaal geen webshop activiteiten en maken gewoon keihard rendement op de winkelvloer. De 'Clicks and Bricks-aanpak' zonder dat daar extra voorraad aan te pas komt, juichen we van harte toe. Maar blijf kien op wat je waaraan uit geeft en wat direct geld oplevert. 'Cash is King' is het principe dat ketens als V&D en Hoogenbosch hebben genegeerd en waardoor ze aan de afgrond zijn geraakt. Het advies van onze zijde is daarom, ook in 2016: geef enkel geld uit dat je hebt.

Kansen

Het verdwijnen van V&D en Hoogenbosch (zij het deels verdwijnen) biedt ook weer kansen voor ons als specialisten, aangezien er markt vrij komt te liggen op het gebied van mode / schoeisel en sport- outdoor markt. Dit zal niet vanzelf gaan. We zullen deze consument weer voor ons moeten winnen d.m.v meer kwaliteit van onze verkopen. Maak

je TEAM bewust van het feit dat er grote mogelijkheden liggen en beleg een speciale teammeeting om hen hierin te betrekken. Geef je medewerkers meer verantwoordelijkheid en dan zal je zien dat zij deze kans gaan oppakken met jullie.

Workshops

GMS investeert als organisatie ook nadrukkelijk in scholing en optimalisatie van kwaliteit op verschillend vakgebied. Ook in 2016 kan u weer tegen zeer geringe kosten naar de verschillende workshops die door onze eigen adviseurs worden gegeven centraal in het land. Think Global act local / Sturen op Cijfers en Inkoop planning en budgettering staan weer op de rol en schrijf je dus snel in. (diverse data verderop in GMS Actueel)

GMS Academy

Daarnaast is er de GMS Academy waar steeds meer mensen gebruik van maken om hun eigen interne organisatie te optimaliseren met hulp van Ingrid van der Meer van Retail Reflex. (nieuwe kans op 29/2 as) Via deze GMS Academy kwam naar voren dat met name onze medewerkers het verschil moeten maken en dat we daar best nog wat extra handvaten voor zouden willen hebben. Dit verzoek is gehonoreerd door ons en heeft ertoe geleid dat we middels de GMS Masterclasses een nieuw hoofdstuk aan de GMS organisatie hebben toegevoegd. Verderop in deze GMS Actueel staat aanvullende info maar nu al een echte aanrader want ben eerlijk "onze medewerkers is ons kapitaal en laten we daar zuinig mee zijn".

Van Bommel

Ook wil ik van deze gelegenheid gebruik maken om iedereen te bedanken voor de feedback die wij hebben gehad, inzake het online gaan van firma van Bommel. Inmiddels is er door anderen heel veel over geroepen en geschreven maar hebben wij middels constructief overleg met de directie van de fa. Van Bommel. En hebben we ervoor gezorgd dat er een meer werkbaar model voor beide partijen is ontstaan. Tijden veranderen en ook van Bommel moet daarin mee hoe vervelend dit in eerste instantie



ook voor ons lijkt. De modewereld heeft al vele jaren met dit gegeven te maken en ontwikkelt met hun leveranciers en ACA het concept Stockbase wat weer tot nieuwe kansen moet gaan leiden... Kortom er zal altijd beweging zijn en aan ons het feit dat wij gereed zijn om mee te bewegen.....

Mooie prestaties

Iedereen weet dat wij een mooi divers gezelschap hebben binnen de GMS muren en dat leidt vaak tot mooie prestaties. Zoals in de GMS Actueel van november reeds aangegeven is het scoren van doelpunten (het bereiken van gestelde doelen) een echt gegeven binnen onze club.

Ook in de afgelopen periode was het 100 jarig jublieum van Caland/Schoen iets unieks met als hoofdgast burgemeester Aboutaleb. Een andere top prestatie was de beslist.nl AWARD van Eric van de Kerkhof en zijn zoon (Donelli) Kortom blijf bewust dat we in beweging zijn want zo alleen zullen wij welke aanval dan ook gezamenlijk kunnen afweeren.....



Jaarbijeenkomst

Tot slot wil ik graag eindigen met het volgende statement:

"Als je met elkaar succesvol bezig bent dan is het ook af en toe verstandig om dat met elkaar te vieren en te delen". Vandaar dat we op maandag 7 maart a.s weer een gezellige en informele bijeenkomst zullen gaan organiseren in de omgeving van Nieuwegein. Zet deze datum alvast in uw agenda en op korte termijn zal er meer info en een inschrijfformulier volgen.

De risico's van de oproepovereenkomst

Auteur: advocaat Rick van Viersen

Veel werkgevers maken gebruik van oproepovereenkomsten. Deze overeenkomsten voorzien in de behoefte om op een flexibele wijze personeel aan te nemen. Ook u maakt ongetwijfeld gebruik van deze overeenkomsten. Zeker bij drukte, ziekte of zwangerschap, is zo'n flexibele schil om de vaste kern personeel wel zo handig. Maar hoe flexibel is zo'n oproepovereenkomst nu eigenlijk?



Oproepovereenkomst

De oproepovereenkomst kent verschillende varianten. Dat er niet één type oproepovereenkomst is, komt met name door het feit dat de oproepovereenkomst niet in de wet gedefinieerd is. Werkgevers hebben dan ook een bepaalde vrijheid bij het sluiten van de oproepovereenkomst. In het navolgende zal ik een drietal veel gebruikte oproepovereenkomsten bespreken.

De oproepovereenkomst wordt overigens ook vaak een "nulurenovereenkomst" genoemd. Waar in dit artikel oproepovereenkomst staat geschreven, kunt u eveneens "nulurenovereenkomst" lezen.

Voorovereenkomst

De constructie van de voorovereenkomst werkt als volgt. U sluit allereerst een (voor)overeenkomst met de werknemer waarin u de arbeidsvoorwaarden vastlegt waaronder de werknemer komt te werken indien u hem oproept voor werkzaamheden. Nadat u de werknemer hebt opgeroepen, komt er automatisch een arbeidsovereenkomst tot stand (onder de voorwaarden zoals bepaald in de voorovereenkomst). U hoeft dan niet per oproep een schriftelijke arbeidsovereenkomst te sluiten.

Indien u deze constructie toepast, dan kunt u de werknemer naar eigen inzicht

wel of niet oproepen. Zeer flexibel dus. De werknemer hoeft op zijn beurt echter geen gehoor te geven aan uw oproep. Het nadeel van deze constructie is dat er relatief snel een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd kan ontstaan. Indien u een werknemer bijvoorbeeld 4 weekenden op rij oproept voor werkzaamheden, dan ontstaat er al een overeenkomst voor onbepaalde tijd (uitzonderingen daargelaten). Er komen dan namelijk 4 korte arbeidsovereenkomsten voor bepaalde tijd tot stand, terwijl het in beginsel slechts is toegestaan om 3 arbeidsovereenkomsten voor bepaalde tijd te sluiten.

MUP-overeenkomst

De arbeidsovereenkomst met uitgestelde prestatieplicht is een andere variant van de oproepovereenkomst. De MUP-overeenkomst is wel een arbeidsovereenkomst en biedt meer zekerheid (en dus verplichtingen) voor zowel werkgever als werknemer. Bij een MUP-overeenkomst dient de werknemer in beginsel gehoor te geven aan de oproep van de werkgever om te komen werken. U bent als werkgever echter gehouden om de werknemer op te roepen voor werkzaamheden indien er werk voor hem beschikbaar is.

Min-Max-overeenkomst

Een min-max-overeenkomst is een arbeidsovereenkomst waarbij werkgever en werknemer met elkaar overeenkomen dat de werknemer bijvoorbeeld minimaal 15 en maximaal 20 uur per week werkzaam zal zijn voor de werkgever. Het voordeel voor de werknemer is dat hij verzekerd is van een bepaald inkomen (het garantieloon). Als werkgever heeft u het voordeel dat u kunt bouwen op de werknemer voor wat betreft het minimum aantal overeengekomen uren en dat u een bepaalde vrijheid heeft (bandbreedte) waarin u de werknemer kunt inzetten. Daarnaast biedt deze constructie u een ander voordeel; u kunt hiermee voorkomen dat een werknemer met succes een beroep doet op het "rechtsvermoeden". Ik licht dit als volgt toe.

Risico: het rechtsvermoeden

Oproepovereenkomsten zijn minder flexibel dan dat zij lijken. Indien een werknemer namelijk 3 maanden of langer heeft gewerkt op basis van een oproepovereenkomst, dan kan hij een beroep doen op het zogenaamde "rechtsvermoeden". Dit rechtsvermoeden houdt in dat de wetgever ervan uitgaat dat indien een werknemer 3 maanden of langer voor u werkt, de arbeidsovereenkomst een omvang heeft van het aantal uur dat de werknemer de voorafgaande 3 maanden bij u heeft gewerkt. Als een werknemer 3 maanden lang gemiddeld 20 uur per week voor u heeft gewerkt, kan hij de vierde maand ook 20 uur per week arbeid (en dus loon) vorderen. Dit rechtsvermoeden kan overigens worden weerlegd door de werkgever. Voor nu voert het echter te ver om daar nader op in te gaan.

Advies

Oproepovereenkomsten kunnen zeer bruikbaar zijn, maar er kleeft wel een aantal haken en ogen aan. Indien u behoefte heeft aan flexibel personeel, laat u dan goed adviseren door een advocaat. Voornoemde risico's kunnen in goede overeenkomsten worden uitgesloten. Zo kan er overeengekomen worden dat de werknemer de eerste 6 maanden geen beroep kan doen op het rechtsvermoeden.

AUTOMATISERING

Stockbase: het online platform voor retailers

Stockbase is een online platform dat het voor leveranciers mogelijk maakt hun (vrije) voorraad beschikbaar te stellen aan (instore) webshops en apps van retailers. Het grote voordeel van Stockbase is dat retailers er hun online assortiment mee vergroten, waardoor ze nee-verkopen beperken en zodoende hun online conversie verhogen.



Vergroting van online assortiment

Via Stockbase stellen leveranciers in onder andere de schoenenhandel hun (vrije) voorraad beschikbaar aan winkels, webshops en apps van retailers. Het grote voordeel voor winkeliers is dat ze dankzij Stockbase hun online assortiment aanzienlijk kunnen vergroten, zodat nee verkopen tot minimum wordt beperkt en ze hun conversie verhogen. De eerste resultaten in de schoenenbranche onder andere bij Shuz zijn veelbelovend. Dat ook leveranciers Stockbase zien zitten blijkt uit het feit dat nu al 150 merkdistributeurs zijn aangesloten.

Consument nóg beter bedienen

Het Stockbase concept is technisch gerealiseerd en wordt gefaciliteerd door e-commercebedrijf Divide en softwareleverancier ACA, beide geen onbekenden in de sport- en andere modische branches. Doel van het concept is de omnichannel consument nóg beter te bedienen. Een betere voorraadbeschikbaarheid en leverbetrouwbaarheid resulteren immers in meer verkoopkansen. Bovendien zorgt Stockbase voor een nog hechtere relatie tussen multibrand stores en merkleveranciers, waardoor winkels beter kunnen concurreren met de verticale kracht van grote monobrand ketens.



Lost sales verminderen

Concreet helpt Stockbase retailers hun online assortiment te verdiepen en te verbreden, lost sales te verminderen, hun online conversie te verhogen en een toekomstbestendige omroepstrategie te voeren. Leveranciers krijgen via Stockbase assistentie bij het breder wegzetten van hun collecties, het verhogen van hun omloopsnelheid, het samenwerken in plaats van concurreren en het vergroten van het zichtbaarheid van het merk. Stockbase benadrukt dat het een onafhankelijk platform biedt dat openstaat voor retailers en leveranciers die slimmer willen samenwerken en zo een beter rendement kunnen realiseren.

Een aantal aangesloten merken..

Australian Footwear, Blackstone, Cristiano Ronaldo 7 Footwear, Cruyff Classics, Durea, FitFlop, Floris van Bommel, Van Bommel, Flossy, FitFlop, Hub Footwear, JJ-Footwear, Maruti, O'Neill Footwear, Puma, Via Vai, XS – ClassicWalker, XS – MyWalker en XS – StretchWalker.

Mocht je meer willen weten over deze oplossing kijk dan op de website van Stockbase via www.stockbase.nl of informeer bij Ad Umans via ad@stockbase.nl / 0654937209

GMS OPLEIDINGEN

GMS lanceert: de GMS Masterclasses

*Samen met u medewerkers
maakt u het verschil*



GMS start in februari in samenwerking met Retail Reflex met de GMS Masterclasses. Dit zijn drie bijeenkomsten die gericht zijn op het verder verbeteren van uw personeelsmanagement. Deze drie masterclasses zullen plaats vinden op: 15 maart, 20 april en 17 mei en zijn afzonderlijk of in combinatie met elkaar te volgen.

De bijeenkomsten zullen plaats vinden op de CAST en geven u inzicht, kennis en vaardigheden in hoe u meer rendement uit uw medewerkers kunt behalen en onnodige kosten kunt voorkomen. Na iedere masterclass ontvangt u een checklist waarmee u in korte tijd inzicht kunt krijgen in de stappen die u in uw organisatie kunt, of wilt maken. Zodat u in ook in 2016 uw beoogde resultaten kunt behalen!

Het precieze programma voor de drie bijeenkomsten en het inschrijfformulier volgen nog.



Ingrid van der Meer
TRAINER GMS ACADEMY



Achter ieder cijfer | zit gedrag

GMS ADVIES

Baksteen & Pul financiële dienstverleners biedt verzekeringspakket met forse korting

Veel ondernemers betalen meer dan nodig is voor hun verzekeringen. Door het slim en gericht afsluiten van collectieve verzekeringen kan Baksteen & Pul de GMS-leden een pakket aanbieden met korting oplopend tot wel 40 procent.



Bedrijfsverzekeringen: veel ondernemers sluiten ze af en kijken er bij voorkeur nooit meer naar om. Sommige ondernemers kiezen voor het verzekeringspakket van de bank waar ze hun lening hebben – wel zo gemakkelijk. Of ze vragen hun vaste financiële adviseur om de verzekeringen te regelen. Die weet toch zeker wel wat het beste pakket is?

Goedkoop én goed

Toch is het ene verzekeringspakket het andere niet. Daarom is het zinvol uw

pakket eens onder de loep te nemen. Baksteen & Pul financiële dienstverleners heeft een verzekeringspakket voor GMS-leden dat wel tot 40 procent goedkoper kan uitvallen dan uw huidige pakket. U betaalt de laagste prijs zonder dat u inlevert op de dekking of dienstverlening. Want goedkoop is mooi, maar het moet wel goed zijn.

Alle risico's afgedekt

Met dit verzekeringspakket kunt u alle voorkomende bedrijfsrisico's afdekken:

denk hierbij aan bedrijfsschade, aansprakelijkheid, inventaris, voorraad, glas en computers, maar ook aan lichtreclame en transport. Als u wilt, kan Baksteen & Pul meteen ook uw privéverzekeringen regelen, voor bijvoorbeeld woonhuis, inboedel en arbeidsongeschiktheid. Dat geeft extra gemak.

Vakkundig advies

Overstappen van verzekeraar kan dus heel lonend zijn. Maar is dat niet lastig, zo'n switch? Bij Baksteen & Pul financiële dienstverleners niet. De adviseurs helpen u vakkundig advies aan een passend verzekeringspakket. Ze hebben oog voor uw persoonlijke situatie, zodat u goed en gericht verzekerd bent tegen de risico's die uw specifieke onderneming loopt. Ruim 60 procent van alle GMS-leden koos inmiddels voor dit pakket. Het scheelt hen honderden tot soms wel duizenden euro's op jaarbasis.

Interesse?

Benieuwd wat Baksteen & Pul voor u kan betekenen? De medewerkers geven u graag vrijblijvend informatie over de verzekeringsmogelijkheden.

Bel naar: (0578) 69 66 23 of mail gms@baksteenpul.nl. Kijk ook eens op baksteenpul.nl

GMS FINANCIHEEL

GMS groeide in 2015 met maar liefst 50,1 procent!

Ook bij de start van 2016 vinden wij het voornaam om openheid van zaken te blijven geven wat betreft de performance van onze organisatie. 2015 levert een groei op van maar liefst 50,1% t.o.v. dezelfde periode in 2014. Nog belangrijker is het feit dat de autonome groei (aangesloten winkels in 2014 versus dezelfde groep in 2015) van de bestaande klanten maar liefst 13,2% bedraagt.

De reden van de mooie groei de aantrekkende markt die we in 2015 zagen. Daarnaast zien we ook dat ondernemers dit jaar de vruchten beginnen te plukken van de genomen maatregelen van afgelopen jaren en weer kunnen bouwen aan een betere toekomst. De ontwikkelingen in de detailhandel van de afgelopen weken bieden kansen voor ondernemers die duidelijke keuzes durven te maken en hun consument centraal stellen.

Advies?

Schakel daarom nu met je conceptmanager indien je van gedachte wil wisselen over je eigen positionering. Maak ook

gebruik van ons bedrijfseconomisch advies om te bespreken hoe jouw 2015 is verlopen ten opzichte van de branche. Benchmark

Vanuit de benchmark blijkt dat de schoenenbranche de mooie plus die op 1 oktober op de borden stond gedeeltelijk weer in heeft moeten leveren. Gezien het beeld op straat zal niemand dit verbazen. Om maar weer eens aan te geven dat het niet overal kommer en kwel is: de branche heeft over het gehele jaar uiteindelijk een omzetstijging gerealiseerd van ruim 1%. Het aantal transacties nam maar marginaal toe, maar het gemiddelde bedrag per transactie steeg met ruim 0,75%.

Bij de dames- en kinderschoenen liep de verkoop voor op 2014 waar de herenschoenen een 0-lijn laten zien. Opvallend is dat het segment kinderschoenen daarmee in Q4 een inhaalslag heeft gerealiseerd.

Kortom, alle reden om met enthousiasme en vertrouwen 2016 tegemoet te treden!



Bijdrage van Harm Kuijpers

De Ondernemers spiegel: de mogelijkheid om te reflecteren op uw bedrijf

De feestdagen zijn achter de rug, de kerstdrukke voorbij, en het vizier is gericht op 2016. De plannen en doelstellingen voor 2016 liggen klaar. Of die plannen succesvol worden omgezet in resultaten bepaalt u voor een groot deel zelf.

Echter, in weinig plannen is opgenomen welke ontwikkeling u als ondernemer kunt/moet door maken om de gewenste resultaten dichterbij te brengen.

Er zijn tenslotte weinig momenten dat u als ondernemer een spiegel voorgehouden krijgt mbt uw persoonlijke performance. GMS is de organisatie die u ondersteunt in uw professionele ondernemerschap.



Ondernemers spiegel

Werkt u het hardst in uw bedrijf? Nemen uw mensen voldoende initiatief? Is iedereen in het bedrijf voldoende gecommiteerd? Allemaal zaken die in hoge mate beïnvloed worden door uw gedrag stijl. Immers, uw medewerkers spiegelen zich (on)bewust aan uw gedrag. Door middel van het online invullen van een persoonlijke gedrag analyse wordt uw gedrag stijl als ondernemer uitvoerig in kaart gebracht. Met antwoorden op vragen:

- Hoe zien klanten, leveranciers en medewerkers U?
- Wat is uw stijl van leidinggeven?
- Waar liggen uw sterktes?
- Waar liggen uw valkuilen?
- Met wie werkt u het liefst?
- Waar zitten uw allergieën?

U krijgt als ondernemer een spiegel voorgehouden die is uitgewerkt in een uitgebreide rapportage. Deze praktische blauwdruk van uw gedrag wordt in een persoonlijk feedback gesprek van ongeveer anderhalf uur door onze gedragkundige aan u toegelicht.

Daarbij ontvangt u tips en tools om uw sterktes nog beter te benutten en uw valkuilen te ondervangen. Hierdoor kunt u nog effectiever en succesvoller zijn in uw ondernemerschap en in de realisatie van uw plannen voor 2016. .

Investering

GMS heeft voor u uiteraard een voordelig aanbod om deel te nemen aan deze maatwerk ondernemersspiegel.

GMS aanbod

In plaats van het normale tarief van € 795,-, investeert u eenmalig € 595,- excl. BTW

Opzet

- U vult online de vragen van de gedrag analyse in
- Hieruit wordt uw rapportage (22 pagina's tekst en grafisch) samengesteld
- U ontvangt in een persoonlijk gesprek van 1,5 uur uitgebreide feedback en praktische tools.

Contact

Wilt u ook objectief 2016 beginnen?
Vraag dan nu informatie aan over de GMS Ondernemers Spiegel.

Dat kan door te bellen of te mailen met Karen Hoexum.

Zij is gedragkundige en gecertificeerd TSI personal analyses consultant voor GMS. Zij is bereikbaar op 06-21584466 of karen@b-you.nl

Uiteraard kunt u ook contant opnemen met Vincent de Kok op 06-22770694 of per mail op dekok@gms-group.nl

De gratis plastic draagtas verdwijnt

**Per 1 januari 2016
gaat het verbod van kracht**

Per 1 januari 2016 gaat het verbod op gratis plastic draagtassen van kracht. Het verbod geldt voor alle soorten plastic draagtassen en op tassen met een plastic coating of voering. Dit geldt dus ook voor de gelamineerde papieren draagtassen en de jute draagtassen met een laminaat aan de binnenzijde.

Met het verbod wil de Nederlandse overheid het gebruik van plastic tassen verminderen, zodat we voldoen aan de Europese eis. Het is daarom verplicht voor winkeliers om een vergoeding per plastic tas te vraag. Hoe hoog deze vergoeding precies is, mag de winkelier zelf bepalen.

De Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) zal toezien op de naleving van het verbod op gratis plastic draagtassen. Het is daarom mogelijk dat de ILT ook controles gaat uitvoeren.



4 basisregels om succesvol te kunnen anticiperen op veranderingen in de retail!

Door Jorrit Peppen van Communicationplan.nl

De retail is een sector waar altijd veel over te doen is en waar dus ook veel over wordt geschreven. Logisch, want de retail heeft het de laatste jaren zwaar te verduren gehad. Het rolt van de ene economische crisis naar de andere met een verminderd consumentenvertrouwen tot gevolg, een groeiend aandeel dat online wordt gekocht en een nimmer aflatende honger van gemeenten en projectontwikkelaars om nog meer nieuwe vierkante meters winkellopervlak te bouwen.

Bedreigingen of kansen?

Wat mij regelmatig verbaast is hoe conservatief er vaak door retail ondernemers wordt gereageerd op niet- tegengestelde veranderingen in de markt. Angst voor omzetverlies is terecht, concurrentie komt tenslotte van alle kanten, maar ik zie heel vaak angst om met de ontwikkelingen mee te moeten veranderen. En dat is wel een hele slechte raadgever als het gaat om een antwoord te bedenken voor een gezonde toekomst.

De retail is een mooie, dynamische sector die constant in beweging is en waar er dus ook continu uitdagingen en kansen klaar liggen. Je hoeft er alleen maar naar te willen kijken! Hoe? Hier zijn vier basisregels om succesvol te kunnen anticiperen op alle veranderingen:



Maak keuzes

Waar moet je beginnen om te veranderen? Begin eerst eens om uit je comfort-zone te stappen en kritisch te kijken naar je businessmodel. Werkt dat nog steeds?

Door het enorme aanbod, zowel online als offline, wil de consument meer duidelijke

lijkheden wat je te bieden hebt. Hierdoor zal je moeten kiezen om de consument te kunnen blijven aantrekken.

Is het winkelconcept dat jaren goed voor je heeft gewerkt nog toekomst bestendig? Klopt mijn assortiment nog wel? Laat je specialisme maar duidelijk zien en durf te kiezen voor een niche in de markt!

Wees authentiek

Ondanks dat we in een wereld leven van massaproductie, wil de consument dat eigenlijk helemaal niet weten. Die wil het gevoel hebben dat jouw product speciaal is en helemaal bij hem/haar past. Wees dus authentiek in je keuzes voor je assortiment en zorg dat elke klant zijn individuele keus bij jou kan maken.

Een assortiment met authentieke producten is een eerste mooie uitdaging, maar daarnaast zal je ook kritisch naar je personeel moeten kijken. Passen zij nog naadloos bij je concept, je assortiment en nog belangrijker, bij je uitstraling? Het authentiek benaderen van je klanten is net zo belangrijk. Wees geen verkooprobot, maar een oprecht geïnteresseerde ambassadeur van je winkel!

Creëer een fanclub

Elke winkel heeft een fanclub, oftewel een trouwe schare klanten. Er is geen betere en eenvoudigere manier van reclame maken dan deze groep een podium te bieden en te activeren als ambassadeurs van je merk/winkel. Zeker in een wereld die steeds individualistischer is geworden en de opkomst van de online communicatie via Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, etc., hebben mensen behoefte aan echt contact. Creëer in je winkel een platform waar jouw fanclub graag komt. Of dat nou een koffietafel is, een thema avond of een speciale plek in je winkel om producten uit te proberen, maak er iets bijzonders van. Je zal zien dat je fanclub dan vanzelf groeit!

Think outside the box

Neem eens letterlijk een stap terug en kijk kritisch naar je eigen verhaal of laat ons je helpen de kansen te grijpen die er in het mooie retailvak liggen. Offline én online!

De wisselwerking met leveranciers

Auteur: Vincent de Kok

2016 zal het jaar worden waarin wij als GMS organisatie nog meer dan tevoren de samenwerking zullen gaan zoeken met leveranciers. Dit zal op divers terrein gaan plaatsvinden bij de ontwikkeling van gezamenlijke concepten zoals bijvoorbeeld LESS IS MORE en productacties zoals in het verleden daar was de Cruijff sneaker met Premium Inc. Met het (deels) wegvallen van de Hoogenbosch en V&D omzet is het ook in het belang van de leveranciers om nadrukkelijker de samenwerking te zoeken met individuele retailers.



Zo kwam het ervan dat bijvoorbeeld SPM schoenendivisie een klein gezelschap uitnodigde van ons om te kijken naar een speciale en exclusieve met

de SPM dealers binnen GMS organisatie. Uit het snuffelgesprek tussen beide partijen in het enthousiasme gegroeid en zal er medio februari verder gesproken worden over deze speciale collectie die in het najaar het levenslicht zou moeten gaan zien en waarvan de intentie deze voor meerdere jaren gezamenlijk met elkaar op te gaan zetten. Het product zal in combinatie met een leuke marketing aanpak haar weg moeten gaan vinden naar de consument.

Kortom laat dit een voorbode voor vele andere leuke samenwerkingen gaan zijn want 1 ding is ondertussen wel duidelijk het landschap gaat veranderen en de verschillende programma's van weleer zijn op haar weg retour en er zal dus iets nieuws voor terug gaan komen waarbij marge hand in hand zal moeten gaan met omloopsnelheid.

In samenwerking met een gedeelte van de voormalige Euro Holland bestuursleden wordt gewerkt aan een Italië-dag waarvan het idee is dat dit ook voor het eerst in 2016 haar levenslicht zal gaan zien...

Kortom er wordt volop bewogen bij GMS maar daar hebben wij ook jullie hulp bij nodig. De GMS organisatie kan alleen verder investeren om zaken te optimaliseren voor jullie als ook haar kachel mag blijven branden. Vriendelijk verzoek aan jullie allen is dan ook om de omzet voor de volle 100% via de RSB bank te laten reguleren en daar waar een leverancier nog geen leverancier contract heeft deze in contact te brengen met Koos Jacobs die dit intern bij ons coördineert.

Caland/Schoen bestaat 100 jaar

Afgelopen jaar bestond Caland/Schoen in Rotterdam maar liefst 100 jaar. Dit werd op 20 november feestelijk gevierd door GMS onderneemster Ankie Griffioen en haar werknemers. Voor deze bijeenkomst wist Ankie ook de burgemeester van Rotterdam, Aboutaleb te strikken. Letterlijk, want de burgemeester moest de schoenen van het kunstwerk Santa Claus strikken. Dit is een groot en veelbesproken beeld dat op het plein vlakbij de winkel staat. Dat het kunstwerk op die plaats staat is het resultaat van de intensieve lobby van de winkeliersvereniging waar ook Caland/Schoen onder valt.



GMS wil Ankie en haar medewerkers nogmaals feliciteren met het mooie jubileum!

Alle data die u in uw agenda moet zetten!

Natuurlijk organiseert GMS ook in 2016 weer genoeg activiteiten. Daarom zijn dit alle data op een rijtje die u dit jaar niet mag missen!

22 februari: Workshop 'Inkoopplanning en budgetteren'

29 februari + 1 maart: GMS Academy

7+8 maart: Workshop 'Think global, act local'

7 maart: Jaarbijeenkomst GMS

25 maart+ 20 april+17 mei: GMS Masterclasses

4 april: Workshop 'Sturen op cijfers'