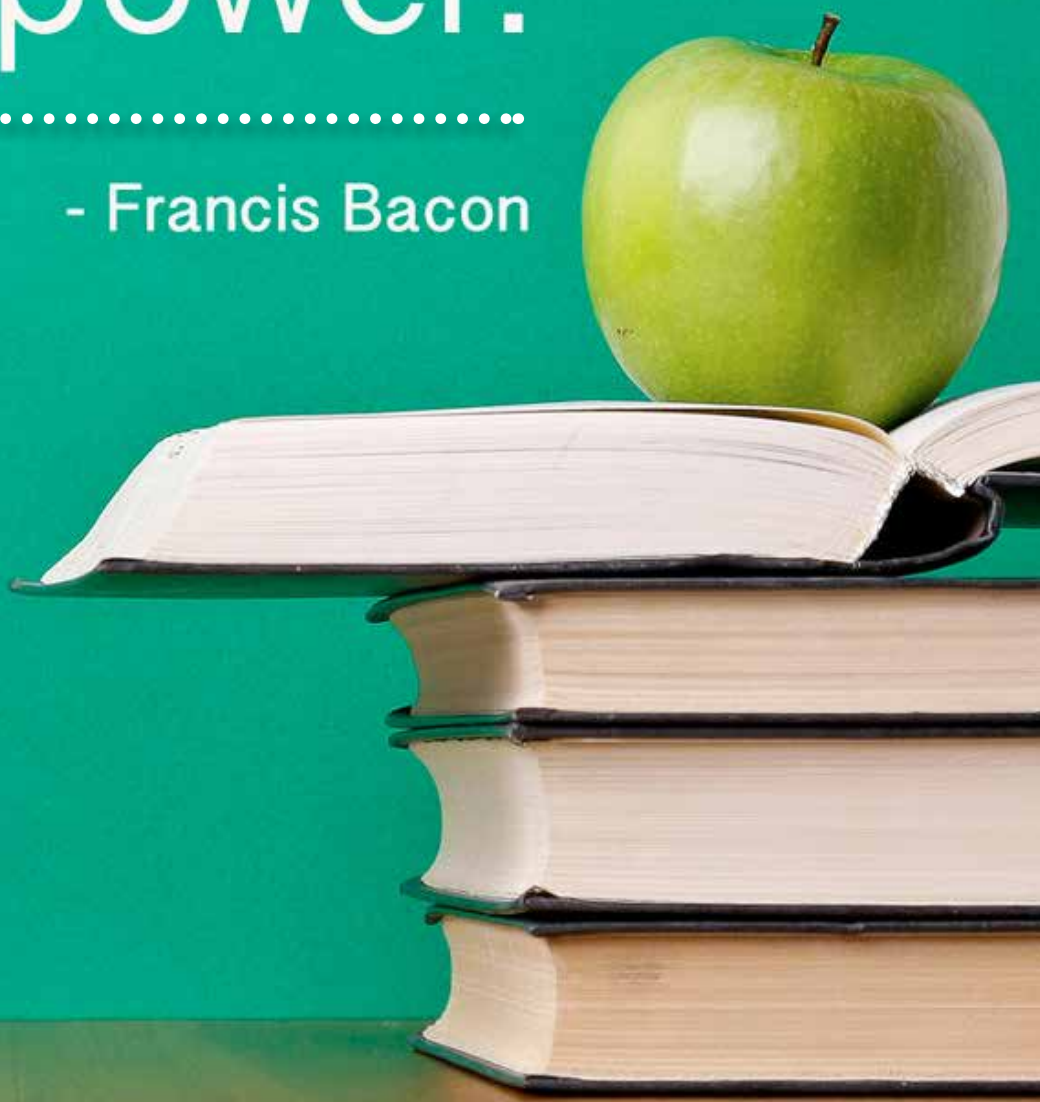




Knowledge
is power.

.....
- Francis Bacon



Kennis + kunde = **Kwaliteit!**

Consumenten gaan steeds weer voor "meer kwaliteit" en dat vraagt voor ons als ondernemers een andere aanpak.

Ja in het verleden was de aanwezige kennis in onze winkels erg belangrijk maar neen we werden daar niet altijd voor afgerekend als we zaken niet helemaal 100% voor elkaar hadden.

Vandaag de dag gaat dit helaas helemaal anders en daar dienen we dan ook op te anticiperen!!

Want laten we eerlijk zijn met elkaar het faillissement van V&D / Houtbros / House of Shoes / DA etc heeft helemaal niets met internet verkopen of het weer van doen.

Laten we alstublieft niet gaan geloven wat curatoren en journalisten ons willen doen geloven er is maar 1 echte reden waarom deze ketens het niet gered hebben en dat is " een gebrek aan kwaliteit om te veranderen nu de wereld aan het veranderen is" .

Ja de consument verwacht dat iedere winkel zichtbaar is op internet en laat zien wat hij of zij te bieden heeft in zijn of haar winkel. Neen hij/ zij hoeft in basis niet perse een webshop te hebben waarin hij / zij producten verkoopt want laten we

eerlijk zijn webshops die bottom line geld verdienen heb ik nog 1 mijn bureau voorbij zien komen.....

Bovenstaande ketens hadden gewoon een kennis en kunde probleem en kwamen dus kwaliteit te kort om de gerezen problemen het hoofd te bieden.

Wat moeten wij hier als GMS ondernemers met elkaar van leren zie ik u denken??

Ondanks de stroperigheid in omzetten en rendement vooral niet bezuinigen op kennis en kunde van u en uw medewerkers want dat alleen bepaald of uw kwaliteit in uw onderneming op het niveau blijft van de kritische consument vandaag de dag.

Als eerste is de GMS ACADEMY inmiddels zo geëvolueerd dat we middels het Train de Trainer model inmiddels meer dan 100



ondernemers actief hebben gekregen om te sleutelen aan hun onderneming en de medewerkers.

Daarnaast gaan wij GMS organisatie u hierbij helpen middels de verschillende nieuwe workshops en masterclasses die we de komende tijd aanbieden.

Doe uw voordeel hiermede want dat bepaald de houdbaarheid van uw onderneming en daarnaast zijn dergelijke sessies ook ideale momenten om andere ondernemers te treffen met identieke vraagstukken.

Door zaken (uitdagingen) te delen kan je ze ook vermenigvuldigen (oplossen) en ziet de wereld er ineens heel anders uit.....

Niet bewegen is geen optie dus laten we snel met elkaar aan de gang gaan en maak met uw conceptmanager ook een jaarplan welke kennis verbetering behoeft zodat de uitvoering (kunde) geoptimaliseerd kan gaan worden.

Kwaliteit en een hoge GUN factor zijn de elementen waarop wij het gevecht buiten willen gaan winnen doet u met ons mee??



Arjo van Keulen liet zijn bedrijfsverzekeringen oversluiten

'Veel schoenenwinkels kunnen fors besparen op hun premie'

Tot zijn verbazing leverde het oversluiten van zijn verzekeringen een besparing van duizenden euro's per jaar op. Winkeleigenaar Arjo van Keulen: 'Ik moet heel wat schoenen verkopen om datzelfde bedrag bij elkaar te verdienen.'

Al vijftig jaar zit Van Keulen Schoenen aan de Hoofdstraat in hartje Veenendaal. Vader Van Keulen begon de zaak, zoon Arjo is er inmiddels veertig jaar actief. Met een stabiele omzet, al staan de marges onder druk. 'En dat maakt je alert op je bedrijfskosten', vertelt Arjo. 'Als je daar induikt, merk je dat je voor veel diensten te veel betaalt. Juist op overhead valt winst te boeken. Eén telefoontje naar je internetprovider kan al een gunstiger contract opleveren. Datzelfde geldt voor je energieleverancier of verzekeraar.'

PREMIE VOOR DE HELFT Toen Arjo een telefoontje kreeg van Baksteen & Pul financiële adviseurs om zijn verzekeringspakket eens te laten doorlichten, hoefde hij dan ook niet lang na te denken. 'De afgelopen jaren deed ik zaken met een verzekeringsadviseur van Rabobank/Interpolis, maar die partij keurt natuurlijk zijn eigen vlees. Baksteen & Pul is een onafhankelijk adviesbureau. Ik heb hen mijn complete verzekeringsportefeuille laten bekijken. Op basis daarvan kwamen ze met een voorstel voor een nieuw pakket. Dat

leverde me – en ik lieg niet – een besparing van 5800 euro per jaar op. De premie was ruim vijftig procent lager. Per januari vorig jaar ben ik overgestapt en inmiddels verloopt alles naar volle tevredenheid.'

GUNSTIGE DEKKING Baksteen & Pul heeft in opdracht van GMS een verzekeringspakket ontwikkeld speciaal voor schoenenwinkels. Doordat er collectief wordt ingekocht, heeft dit pakket een scherpe premie en zijn de voorwaarden op maat van de schoenenbranche. Gezamenlijk afsluiten van verzekeringen maakt bovendien dat je als branche een voorkeurspositie hebt bij de verzekeraar.

In het geval van Arjo bevat de nieuwe polis alle bedrijfsverzekeringen: van gebouw, inventaris, voorraad en schade tot aansprakelijkheid en auto. Qua dekking en voorwaarden is het pakket veel gunstiger dan Arjo's vorige polis. 'Ik vind het ook prettig dat ik bij Baksteen & Pul één vaste contactpersoon heb. Mocht er iets zijn, dan is één telefoontje genoeg om alles te regelen. Gelukkig heb ik de afgelopen

decennia amper gebruik hoeven maken van mijn verzekeringen.'

NIETS TE VERLIEZEN Arjo raadt collega's aan om hun verzekeringen ook te laten bekijken door Baksteen & Pul: 'Je hebt niets te verliezen en je kon wel eens verstedd staan van de mogelijke besparing. Een oriëntatie kost een uurtje tijd en daarna kun je goed vergelijken en besluiten wat je doet.'



Baksteen & Pul belt u

Baksteen & Pul verzorgt voor GMS een collectief verzekeringspakket dat tot wel 50 procent goedkoper kan uitvallen, tegen een uitgebreide dekking. Ook benieuwd of uw verzekering goedkoper kan? Baksteen & Pul belt u een dezer dagen om te vragen of u een vrijblijvend gesprek wilt over uw verzekeringspakket of over uw arbeidsongeschiktheidsverzekering. Tip: maak in ieder geval een afspraak, dan krijgt u meer inzicht in de mogelijkheden. Beslissen

over uw verzekeringen kan daarna, op basis van de feiten.

Heeft u geen zin om te wachten en bent u nu al benieuwd naar wat we voor u kunnen betekenen?

Neem gerust contact op:
tel: (0578) 69 66 23
e-mail: gms@baksteenpul.nl
web: www.baksteenpul.nl

Panama Paradise?



Vorige maand zijn er interne documenten gelekt van een juridisch advieskantoor in Panama. Documenten die ertoe leiden dat de Belastingdiensten in verschillende landen een gat in de lucht springen terwijl de personen en bedrijven in kwestie liever door de grond zakken. Complexe constructies, brievenbusfirma's en mogelijke witwaspraktijken zijn de aanleiding voor een grootschalig internationaal onderzoek naar belastingontwijking. Dit artikel gaat in op deze Trouble in Paradise in Panama.

Het Panamese trustkantoor heeft aan "de rijken der aarde" de mogelijkheid geboden om vermogens te stallen in andere landen met lagere belastingtarieven. Deze constructies zijn binnen de grenzen van de wet opgezet maar cruciale informatie over bepaalde deals werden achtergehouden. Nu blijkt uit de naar buiten gekomen informatie dat er vermoedelijk constructies zijn opgezet voor illegale praktijken.

BELASTINGONTWIJKING OF BELASTING-ONTDUIKING? Het probleem dat zich in Panama heeft afgespeeld is hét voorbeeld van de dunne grens tussen het (illegaal) ontduiken van belasting en het (legaal) ontwijken van belasting. Deze dunne grens heeft mogelijk grote gevolgen: belastingontduiking kan leiden tot een strafrechtelijke vervolging, belastingontwijking niet. Waar ligt het verschil?

Bij belastingontduiking gaat het om het doen of nalaten van een belastingplichtige met de

intentie de wet te overtreden. Daarnaast kan bij belastingontduiking aangetoond worden dat de persoon of het bedrijf in kwestie probeert te ontsnappen aan het betalen van belasting. Vaak wordt er gebruik gemaakt van landen die geen privacy gevoelige informatie uitwisselen. Er wordt dan bijvoorbeeld een complexe en uitgebreide structuur opgezet waardoor moeilijk is te achterhalen wie de uiteindelijke gerechtigde van het vermogen is. Of, in het geval van illegale activiteiten zoals de handel in drugs, waarbij het niet te traceren is waar het vermogen, het inkomen of de winst vandaan komt.

Bij belastingontwijking gaat het om het handelen van een belastingplichtige dat erop gericht is om de belastinglast te drukken zonder dat er sprake is van een strafbaar feit. Hier is niks mis mee; elke belastingplichtige is vrij om zijn zaken zo te regelen dat hij zo min mogelijk belasting hoeft te betalen. Voor belastingontwijking komen personen en (internationale) bedrijven vaak terecht in

Nederland. Immers, het belastingsysteem in Nederland kent een aantal mogelijkheden (bijv. geen bronheffing op rentes, royalty's etc., de zeer ruime deelnemingsvrijstelling) waar belastingplichtigen graag gebruik van maken.

Terug naar Panama. Uit de naar buiten gekomen informatie blijkt dat het trustkantoor zich, waarschijnlijk op verzoek, mogelijk meer bezig heeft gehouden met belastingontduiking dan -ontwijking. De gevolgen voor de desbetreffende personen en bedrijven zullen groot zijn. Daarom een tip: laat je goed adviseren over vermogensplanning en voorkom **TROUBLE IN PARADISE!**

Korting, hoeveel marge kost me dat eigenlijk?

We ontkomen er geen van allen aan vroeg of laat korting te geven op de collecties die we verkopen. Grote vraag is altijd hoeveel korting we kunnen c.q. mogen geven en welk effect kortingen hebben op onze brutowinstmarge.

Laat ik voorop stellen dat ik het erg belangrijk vind dat er goed gestuurd wordt op de marge. Zeker nu de omzetten onder druk staan is het erg belangrijk om het margeverlies te beperken. De hoogte van de brutowinstmarge wordt bepaald door de calculatiefactor (ook wel de mark-up genoemd), door afprijzing/opruiming (kortingen) en door afschrijving (boekhoudkundige handeling). U hebt als ondernemer invloed op al deze factoren die de marge bepalen. U bent degene die afspraken maakt met leveranciers. U bepaalt wat, bij wie en hoeveel er gekocht wordt en welke calculaties gehanteerd worden (in overleg met de leveranciers). Tijdens het seizoen bepaalt u of er korting gegeven wordt, of er acties zijn en wanneer de opruiming start. De wijze waarop u de goederenvoorraad beheert bepaald ook of er sprake is van veel of weinig oude voorraad. Oude voorraad waarop afgeschreven wordt bij de afsluiting van het boekjaar. Door het ontbreken van een goede in- en verkoopplanning gaat het tijdens het seizoen

nog wel eens mis en dat misgaan vinden we dan weer terug in de brutowinstmarge. Mijn advies aan ondernemers is te streven naar een maximaal margeverlies dat rond de 8% op de voorgerecalculeerde marge ligt. Dat komt neer op een maximale korting over de totale (seizoens-)omzet van ongeveer 15%. Onderstaande tabel geeft inzicht op het effect van korting op de brutowinstmarge. Kijk naar uw huidige realisatie en wat daarin verbeterd kan worden.

Stel u calculeert gemiddeld met de factor 2,5, dan is de gecalculerde marge 51,6%. Aan het einde van het seizoen zou deze minimaal 43,1% moeten zijn (maximaal 15% korting op de totale omzet). Ik ga er dan ook nog van uit dat de doorverkoop aan het einde van het seizoen minimaal 90% is anders blijft er teveel over waardoor de afschrijving op de voorraad ook hoog is en de boekhoudkundige marge nog lager uitkomt. Kijk naar uw eigen situatie (gemiddelde calculatie). Ligt uw marge te laag, dan is er werk aan de winkel.



Wie vragen heeft naar aanleiding van dit artikel kan zich wenden tot Stef Bus van Bus Bedrijfsadvies, tel. 06-20411589 of per mail naar info@busbedrijfsadvies.nl

Calc.-factor	Gecalc. Brutomarge	Korting over de totale omzet						
		10%	15%	20%	25%	30%	40%	50%
2,00	39,5%	32,8%	28,8%	24,4%	19,3%	13,6%	-0,8%	-21,0%
2,10	42,4%	36,0%	32,2%	28,0%	23,2%	17,7%	4,0%	-15,2%
2,20	45,0%	38,9%	35,3%	31,3%	26,7%	21,4%	8,3%	-10,0%
2,30	47,4%	41,5%	38,1%	34,2%	29,9%	24,8%	12,3%	-5,2%
2,40	49,6%	44,0%	40,7%	37,0%	32,8%	28,0%	16,0%	-0,8%
2,50	51,6%	46,2%	43,1%	39,5%	35,5%	30,9%	19,3%	3,2%
2,60	53,5%	48,3%	45,2%	41,8%	37,9%	33,5%	22,4%	6,9%
2,70	55,2%	50,2%	47,3%	44,0%	40,2%	36,0%	25,3%	10,4%
2,80	56,8%	52,0%	49,2%	46,0%	42,4%	38,3%	28,0%	13,6%
2,90	58,3%	53,6%	50,9%	47,8%	44,4%	40,4%	30,5%	16,6%
3,00	59,7%	55,2%	52,5%	49,6%	46,2%	42,4%	32,8%	19,3%
3,10	61,0%	56,6%	54,1%	51,2%	48,0%	44,2%	34,9%	21,9%
3,20	62,2%	58,0%	55,5%	52,7%	49,6%	46,0%	37,0%	24,4%
3,30	63,3%	59,3%	56,9%	54,2%	51,1%	47,6%	38,9%	26,7%
3,40	64,4%	60,5%	58,1%	55,5%	52,5%	49,2%	40,7%	28,8%
3,50	65,4%	61,6%	59,3%	56,8%	53,9%	50,6%	42,4%	30,9%

Is uw organisatie optimaal bereikbaar?



MKB Office is een energiek en snel groeiend bedrijf met een zeer professionele dienstverlening voor middelgrote en kleine ondernemers. Als landelijke specialist in Telecom & Office Supplies ontzorgen wij u op het gebied van (mobiele)telefonie, internet en alle facilitaire zaken (kantoorbenodigdheden) voor uw bedrijf of kantoor.

TELEFONIE Wilt u uw telefonie en/of bereikbaarheid verbeteren? Daarvoor bent u mij ons aan het juiste adres. MKB Office biedt oplossingen die aansluiten op de processen van uw organisatie. Onze adviseurs adviseren u graag op basis van uw wensen wat onze mogelijkheden zijn. Daarnaast biedt MKB Office u de Telecomscan aan.

Samen met u kijken wij naar vragen als:

- Op welke manier wilt u dat uw medewerkers bereikbaar zijn?
- Welke vorm van (tele)communicatie past het best bij uw organisatie?
- Hoe past u telefonie het best toe binnen uw organisatie?
- Hoe kunt u onnodige hoge kosten aan zakelijk internetten en bellen vermijden

WAT KUNT U VAN ONS VERWACHTEN?

MKB Office is dé Business partner van KPN en Telfort, u weet dus zeker dat wij de beste mogelijkheden bieden.

- Onafhankelijk vakkundig advies
- Beste verhouding prijs/kwaliteit

- Betrouwbare levering en service
- Extra inkoopvoordeel op A-merken
- Bestelgemak voor u als ondernemer
- Eén partner voor al uw facilitaire voorzieningen
- Uw eigen accountmanager

GEÏNTERESSEERD... Een vrijblijvende telecomscan voor uw organisatie uit laten voeren? U kunt contact opnemen met: Sven Groeneveld
Account Manager Telecom & Data MKB Office
sven.groeneveld@mkb-office.nl
085-4840458 | 06-10764393



GMS groeit met 22 procent

Het jaar 2016 is alweer bijna op de helft en ook nu blijven het roerige tijden. Veel onzekerheid over de terugkeer van failliete partijen in de markt en de late start van het voorjaar maken ons allemaal ongerust. De vraag is: laten we ons lam slaan door deze onduidelijkheid om ons heen of zijn we overtuigd van onze eigen aanpak en meerwaarde voor de consument?

Natuurlijk hebben we niet altijd invloed op onze omgevingsfactoren. Het weer is daar het bekendste voorbeeld van en dus ook het meest gehoord. Maar kunnen we niet veel beter focussen op zaken waar we wel invloed op hebben? Kent u een retailer die ten onder is gegaan aan weersomstandigheden? De daadwerkelijke reden van het wegvallen van een retailer ligt altijd op een ander vlak. Net zoals de reden dat een retailer tot de beste in zijn branche behoort ook nooit gelegen is in het weerbeeld.

GMS mag zich ook nog altijd verheugen op een sterke ontwikkeling. Onze eerste stappen in de modebranche verlopen voorspoedig. Retailers sluiten in hoog tempo aan, evenals nieuwe contractleveranciers. Dit resulteert tot en met april in een groei van 22%.

Benchmarking laat zien dat de afgelopen weken grilling van verloop zijn wanneer deze vergeleken worden met dezelfde weken van 2015. Deze grilligheid vindt echter in veel gevallen zijn oorsprong in de diverse feestdagen en hoe die vielen ten opzichte van vorig jaar. Belangrijker is dat de omzetten overall heel licht stijgen. Het aantal transacties zit weer iets in de lift en ook de gemiddelde besteding per transactie ligt een fractie hoger dan in 2015.

Het credo blijkt toch te blijven: kies een duidelijke

positionering en stel je klant centraal. Schakel dus met je conceptmanager, train je personeel en ontwikkel jezelf. Dan ben je altijd klaar voor de toekomst!



Debiteuren die weigeren te betalen? Neem daar geen genoeg mee!

Ook u zult er ongetwijfeld last van hebben: debiteuren die uw facturen niet of te laat betalen. Dit is niet alleen vervelend voor uw liquiditeitspositie, maar is ook in principiële zin vaak lastig te verkroppen. U bent de overeenkomst toch ook nagekomen?! Neem hier niet langer genoeg mee en leg beslag bij uw debiteur!

FACTUUR Voordat wij nader zullen ingaan op de mogelijkheden om uw facturen te incasseren, is van belang dat u op uw factuur duidelijk een betalingstermijn opneemt. Doet u dat niet, dan kan een debiteur stellen dat uw vordering nog niet opeisbaar is, zodat hij deze (nog) niet hoeft te voldoen. Dit lijkt een open deur, maar in de praktijk komen wij meer dan eens facturen tegen waarop geen betalingstermijn of vervaldatum is opgenomen.



BETALINGSHERINNERING Aangenomen dat er een betalingstermijn is opgenomen op uw facturen, raden wij u aan om direct een betalingsherinnering te sturen nadat de factuur niet binnen de betalingstermijn is voldaan. Dit behelst doorgaans een vriendelijk verzoek om uw factuur te voldoen, in verband met het verstrijken van de betalingstermijn.

SOMMATIEBRIEF Indien uw betalingsherinnering geen effect sorteert, dan adviseren wij u de toon van uw brief dringender te maken. Dit doet u door de wederpartij te sommeren om uw factuur

te voldoen. U kunt hierbij aangeven dat wanneer de wederpartij geen gehoor geeft aan de sommatie, hij in verzuim geraakt, waarna u de wederpartij in rechte zult betrekken. Indien u de druk verder wenst op te voeren, dan kunt u deze sommatiebrief door ons kantoor laten opstellen. De ervaring leert dat debiteuren daar vaak van schrikken en overgaan tot betalen. Indien de debiteur ook na de sommatiebrief in gebreke blijft uw factuur te voldoen, kunt u de volgende incassomaatregelen treffen.

INCASSOPROCEDURE Ten eerste is het mogelijk om een incassoprocedure op te starten bij de rechtbank. In zo'n procedure verzoeken wij de rechtbank om de debiteur te veroordelen tot het betalen van het openstaande factuurbedrag, de wettelijke rente en buitengerechtelijke incassokosten. Deze procedure vangt aan met het opstellen van een dagvaarding. Dit gebeurt doorgaans door een advocaat. Vervolgens laten wij deze dagvaarding betekenen door een deurwaarder aan de debiteur. De debiteur wordt daarmee opgeroepen om op een bepaalde datum en op een bepaald tijdstip te verschijnen bij de rechtbank.

Na het uitbrengen van de dagvaarding door een deurwaarder, wordt een groot deel van de facturen spoedig betaald. Veel debiteuren kiezen in zo'n situatie namelijk eieren voor hun geld.

In het geval de debiteur de factuur niet betaalt nadat de dagvaarding aan hem betekend is, kan de debiteur besluiten verweer te voeren bij de rechtbank. Ook is het mogelijk dat de debiteur geen verweer voert. In dat geval zult u direct in het gelijk worden gesteld door de rechtbank, op basis van een zogenaamd verstekvonnis.

CONSERVATOIR BESLAG Indien u een debiteur dagvaardt, dan loopt u het risico dat de debiteur zijn vermogen zal verduisteren, alvorens er een vonnis wordt gewezen. Teneinde dat risico te voorkomen, bestaat de mogelijkheid om conservatoir beslag te leggen bij de debiteur. Denk aan: bankbeslag, beslag op voertuigen,

woningen, bedrijfspanden, inventaris en/of handelsvoorraad. Hoe werkt dat?

Voordat er beslag gelegd kan worden, dient een advocaat toestemming te vragen aan de rechtbank om beslag te mogen leggen. Dit gebeurt middels een kort verzoekschrift, ook wel een beslagrekest genaamd. De rechtbank toetst dit verzoekschrift summier, waarna er doorgaans binnen 1 á 2 dagen toestemming wordt verleend om beslag te leggen bij de debiteur.

Deze toestemming, het beslagverlof, sturen wij door naar de deurwaarder, waarna er daadwerkelijk beslag wordt gelegd, het zogenaamde conservatoir beslag. Dit beslag betekent niet dat u het beslagen goed direct in uw macht krijgt. Het beslag maakt slechts dat de debiteur het beslagen goed niet langer mag verkopen, vervreemden of anderszins kan bezwaren.

Nadat het conservatoir beslag is gelegd, dient de beslaglegger binnen 14 dagen een dagvaarding bij de rechtbank aanhangig te maken, waarin er wordt verzocht om de debiteur te veroordelen de openstaande facturen te voldoen. Als de rechtbank u in het gelijk heeft gesteld, wordt het beslag executoriaal. Dat betekent dat u de beslagen goederen kunt uitwinnen.



CONTACT Kortom, schrijf uw vordering op een debiteur niet zomaar af. Er zijn voldoende effectieve mogelijkheden om de debiteur te dwingen uw vordering te voldoen. Lukt dat niet goedschiks, dan maar kwaadschiks. Onze incasso-advocaten helpen u hier graag bij.

U kunt ons telefonisch benaderen (023 554 16 93)
of per e-mail: vanviersen@siekmanstassen.nl

Een vis heeft niet meer in de gaten dat hij nat is!



Zo die titel klinkt vást als een open deur! Maar het is daardoor niet minder waar! Regelmatig voel ik mij net een soort undercover boss. Als ik door winkeliers word uitgenodigd zie ik telkens weer dingen die beter kunnen en die zelfs beter moeten. En als ik de ondernemer daarop attendeer krijg ik bijna altijd de opmerking, "tsja, nu je het zegt....."

En vervolgens vraagt de ondernemer zich af hoe het nu toch kan dat ik dat wel zie en hijzelf niet. Het antwoord is eigenlijk simpel. Die vissen hebben niet meer door dat ze nat zijn omdat ze eigenlijk altijd nat zijn, en dat is met u net zo, U bent vrijwel dagelijks in uw bedrijf en daardoor is uw observatievermogen afgenomen. U bent blind voor uw eigen bedrijf en bovendien is uw observatievermogen aangetast door uw binding met uw bedrijf. Ik heb daar geen last van! Ik heb net zoveel passie voor uw bedrijf en uw vak als uzelf, echter ik heb geen enkele emotionele binding met uw bedrijf, ik kijk volkomen objectief!

Bovendien ben ik erop getraind om scherp te kijken en voortdurend alles wat ik zie in mijn hoofd ter discussie te stellen. Voor mij kan het antwoord op een waarom vraag dus ook nooit daarom zijn! En ook een goede reden om iets op een bepaalde manier te doen kan inmiddels door veranderende omstandigheden achterhaald zijn!

Kijk bijvoorbeeld eens naar de klanten die dagelijks aan uw winkel voorbij trekken. Zijn dat nog wel dezelfde klanten als een paar jaar geleden? Wedden van niet? In

de afgelopen acht jaar heeft er ook in uw winkelstraat een revolutie plaats gevonden. En let op ik heb het hier NIET over de crisis of de opkomst van de webwinkels. Nee, ik heb het echt over het profiel van de bezoekers aan uw winkelstraat en aan uw winkel! De afgelopen tijd heb ik hierover ook een blog gepubliceerd op www.deondernemer.nl en daarin gaf ik een paar voorbeelden van wat er zoal is veranderd.

Er is tegenwoordig een groot verschil tussen boodschappen doen en winkelen. Dit is niet voor iedere winkel hetzelfde. Weet u eigenlijk of uw winkelstraat een echte winkelstaat is of dat het eigenlijk meer een boodschappencentrum is? Weet u wat dat betekent voor uw winkel? Weet u welke invloed dat heeft op de door u te voeren strategie? Vergis u niet! Dat kan heel veel invloed hebben op de positionering van uw winkel en het door u te voeren assortiment en de daarbij behorende prijs.

In algemenezijn zijn er nog een paar opvallende zaken voor en in uw winkel. De gemiddelde klant in de winkelstraat is in de afgelopen jaren ouder, welvarender, kritischer, langer, zwaarder, en onvoorspelbaarder geworden.

Heeft u er al eens over nagedacht hoe u daarop kunt inspelen? Past uw winkel qua sfeer, aanbod en assortiment nog wel bij die veranderende doelgroep? Zit uw winkel nog wel op de juist locatie? Heeft u met uw medewerkers al gesproken over hoe ook zij op een andere manier kunnen inspelen op die veranderingen? Ja, helaas ik kan het niet mooier maken, maar er is weer volop werk aan de winkel, uw winkel! En u bent een dief van uw eigen kassa als u daar niet op inspeelt! Want wie zich niet aanpast aan veranderende omstandigheden zal uitsterven zegt Corporate Darwin, en juist daarom zeg ik het ook nog maar eens een keer!



Mocht u hier overigens graag hulp bij willen hebben, weet dan dat ik voor leden van GMS Verbund een speciaal extra scherp tarief hanteer. Want echt ik help u graag want winkels zijn nu eenmaal ook mijn passie! Meer weten? Kijk maar eens op www.fredrutgers.com of bel mij voor een vrijblijvend gesprek op 0651542222.