



GMS wenst u een
SUCCESVOL
&
ONDERNEMEND 2017!



2017;

Voorwoord door Vincent de Kok

Zo aan het begin van het jaar is er nog even kort de tijd om stil te staan bij het afgelopen jaar. Wat heb ik goed gedaan en wat zou ik beter kunnen doen om in het nieuwe jaar nog succesvoller te kunnen zijn? Wij als GMS hebben dit ook gedaan en zijn van mening dat we nog nadrukkelijker onze focus moeten gaan leggen op het uiteindelijke rendement onder de streep voor de aangesloten ondernemers bij ons.

Voor een verbetering van het rendement is kennis optimalisatie nodig en daar hebben wij als GMS voor jullie als ondernemer op voorgestreefd. Waar in het afgelopen jaar via de workshops (gratis te bezoeken) reeds kennis op diverse vlakken is aangeboden gaan we in 2017 nog een stap verder en nadrukkelijker de diepte in met jullie.

Van Social Media, Inkoop planning en budgettering tot aan balans lezen en denken aan alle facetten binnen de GMS Toolbox is gedacht. Binnenkort ontvangen jullie voor het eerste half jaar een opstelling voor de masterclasses waar jullie je voor worden tegen minimale kosten gegeven door externe specialisten op de diverse terreinen. Kortom een echte aanrader en een goed voorkomen voor een nieuw jaar zoals dat nu voor ons ligt...

Kennis vergaren is prima, maar kennis delen met elkaar is eigenlijk nog veel mooier. Vanuit die hoek gaan we ook de volgende stap zetten met Stef Bus (benchmark specialist pur sang in retailland) die vanuit de pilot zijn mogelijkheid om data te matchen verder zal uitrollen. Bent u als ondernemer hiervoor geïnteresseerd, meldt u dan bij Stef Bus of Harm Kuijpers, die dit traject vanuit GMS coördineert.

2017 is ook het jaar waarin wij de GMS Bedrijfscheck verder uitrollen en deze inzetten om sneller verbetertrajecten te kunnen starten bij de aangesloten ondernemers. Ook in deze zullen we uiteindelijk winkeis gaan vergelijken met elkaar om te leren van elkaar en uiteindelijk als groep ondernemers sterker te worden.

2017 is ook het jaar dat Hans Verrindig (voormalig directeur Euro Holland) ons team parttime komt ondersteunen en gaan we met name zijn financiële know how inzetten voor alle GMS ondernemers.

Om ook nog even achterom te kijken kan ik jullie met gepaste trots melden dat we erin geslaagd zijn om met maar

lieft 19% te groeien qua inkoopomzet in 2016. Enerzijds door nieuwe aangesloten ondernemers maar, en dat is eigenlijk nog veel mooier, ook door autonome groei van de winkels die ook een jaar eerder reeds bij ons waren. Ook deze winkels realiseerden een groei van een 5% tot 15%. Hieruit blijkt dat spreiding van inkoop uiteindelijk leidt tot een grotere inkoop maar wel een beter rendement. Want juist aan die zijde zien we een snellere gemiddelde betaling in dagen aan de RSB bank wat impliceert dat we in het algemeen beter bij kas zitten met elkaar. Al met al fijn om met deze wetenschap nog even achterom te kijken maar nu snel het vizier weer naar de toekomst want daar kunnen we het verschil maken!

2017 is ook het jaar van de eerste Euro Shoe Show in Keulen, een echte koopbeurs voor de schoenenbranche. De oude organisatoren van de GDS gaan in samenspraak met GMS een nieuwe beurs lanceren waarbij het koopmoment beter afgestemd is op de geluiden die de afgelopen jaren ons veelvuldig hebben bereikt. Binnenkort ontvangt u een persoonlijke uitnodiging om deze beurs te komen bezoeken.



In 2017 zullen we ook met een Nederlandse mystery shopping partner starten, die naast de toetsing van het geleerde uit de GMS Academy ook individueel geboekt kan gaan worden. Arnold Terpstra gaat zijn jarenlange ervaring op dit gebied ook inzetten om samen met ons jullie als ondernemers een stapje verder te gaan helpen in de optimalisatie van het bedrijfsrendement. Binnenkort zullen jullie ook met hem kennis kunnen maken bij een van de GMS dagen op CAST of elders in het land.

Tenslotte heb ik via een van onze GMS partners (Fred Rutgers meesterblogger op Deondernemer.nl) de digitale rechten van zijn nieuwe boek "hoe bouw ik meer omzet in 2017" weten te bemachtigen. In de laatste GMS Update heb ik reeds een link gedeeld met jullie, maar mocht je dit boek nog niet gedownload hebben dan is dat echt een aanrader. Fred gaat op een heel toegankelijke manier in op de kansen die er zijn om ook van 2017 een succesvol jaar te gaan maken.

Al met al genoeg ideeën en wensen voor 2017 de hoogste tijd om het dromen en durven om te gaan zetten in DOEN.

Afschaffing Pensioen in Eigen Beheer



De feestdagen zijn weer achter de rug en het jaar 2017 is begonnen. Het jaar waarin wettelijk wordt vastgelegd dat opbouw van de pensioenvoorziening door de dga in de eigen BV niet meer mag plaatsvinden. Welke gevolgen heeft dit voor u? In dit artikel zullen de alternatieven voor het pensioen in eigen beheer aan bod komen.

De afschaffing van het Pensioen in Eigen Beheer is sinds jaren al een discussiepunt. Het verschil in waardering, de daarbij behorende uitvoeringsproblemen en de complexiteit van de regeling waren redenen voor de staatssecretaris om naar alternatieven te kijken. Met ingang van 1 januari 2017 kunnen er geen pensioenrechten meer opgebouwd worden in de eigen BV en zal er een keuze gemaakt moeten worden uit de onderstaande mogelijkheden. De keuze (en de daarbij behorende documentatie) kan vanaf 1 januari 2017 gemaakt te worden.

AFKOOP

De eerste mogelijkheid is de afkoop van de pensioenvoorziening op basis van de fiscale waarde. Als de afkoop plaatsvindt in het jaar 2017, 2018 of 2019 heeft u recht op een voordeel. Dit voordeel houdt in dat een deel (34,5% in 2017, 25% in 2018 en 19,5% in 2019) van de voorziening buiten de heffing blijft.

OMZETTING IN

OUDEDAGSVOORZIENING

De tweede mogelijkheid die u heeft is het omzetten van de pensioenvoorziening in een oudedagsvoorziening. Ieder jaar wordt de voorziening opgeërent en op de pensioendatum dient u de voorziening om te zetten naar een lijfrente met een looptijd van 20 jaar. Een voordeel van deze variant is dat u niet direct liquide middelen beschikbaar moet hebben zoals dat wel het geval is bij de afkoop.

HANDHAVEN PENSIENVOORZIENING

De laatste mogelijkheid is het in stand laten van de pensioenvoorziening waarbij geen verdere opbouw van pensioenrechten plaatsvindt. Het opgebouwde pensioen dient op de pensioendatum 'gewoon' op grond van de pensioenovereenkomst uitgekeerd te worden.



MARLIES VERBRUGGEN
Junior Fiscalist
EJP's-Hetdonderdag
+31 73 850 74 10
marlies.verbruggen@ejp.nl



Internet marketing les 1:

Probeer niet te verkopen met berichten op Facebook



Bij vrijwel iedere winkelier zie ik een elementaire fout in het gebruik van Facebook, waardoor het maar weinig van de grond komt en niets oplevert. Die fout is: Facebook wordt gezien als een nieuw plek om gratis te adverteren. Als u het zo gebruikt, zult u gezien hebben dat weinig mensen bereikt worden.

HOE DAN WEL? Zie Facebook als een platform waarmee je de naamsbekendheid van de winkel kunt opbouwen. Met grappige en informatieve berichten, persoonlijke verhalen, leuke video's, etc, kun je jouw toekomstige klanten bereiken. Probeer niet te verkopen, maar alleen de winkel bekendheid te geven.

Het principe hierachter is dat Facebook zijn 9 miljoen gebruikers in Nederland wil behouden. Dat kan alleen als de gebruikers Facebook leuk blijven vinden. Als Facebook merkt dat een bericht "te verkoperig" is, dan zal het de verspreiding verminderen, ten gunste van berichten die waardevol gevonden worden door de Facebook gebruikers. Wat vinden mensen leuk, onder andere:

- Grappige filmpjes
- Persoonlijke verhalen
- Nieuws
- Tips en adviezen

DE LUIST IS EINDELOOS. Begin ermee en u zult zien wat uw volgers leuk vinden. Wat werkt = doe daar meer van.

Als u dit doet, dan mag er zeker een "verkoperig" bericht tussen zitten. En dat zult u zien dat die dan meer mensen bereikt dan voorheen.

Ik hoop dat u ziet wat de basis om op Facebook een grote groep mensen te bereiken, zonder daarvoor te betalen. Adverteren of Facebook kan zeker ook heel effectief, maar daar moet ik andere keer op ingaan, of tijdens een seminar laten zien.

In de afgelopen maanden heb ik een drietal introductie seminars en een workshop gegeven aan de klanten van GMS, over hoe sociale media te gebruiken voor de winkel. Dat waren gezellige en geslaagde bijeenkomsten. In de komende maanden geef ik meer kosteloze seminars en workshops over sociale

media voor winkeliers in het algemeen en voor klanten van GMS in het bijzonder. Op www.succesconsulting.nl kunt u de agenda vinden.



GMS groeit

17,5 procent in 2016

Het jaar 2017 is aangebroken! Een nieuw jaar met nieuwe kansen! In 2016 hebben we met z'n allen veelvuldig geklaagd over het weer. Zoals altijd. Wel valt op dat, over de gehele linie, de retail in december minder zwaar de uitverkoop ingedoken is. De afgelopen seizoenen kenmerkten zich door al ver voor het einde van een seizoen hoge kortingen te geven. Alles in de hoop dat de omzetten hiermee aangetrokken konden worden.

December 2016 is onmiskenbaar rustiger gebleven. Met veel retailers hebben wij ook gesproken over het zo lang als mogelijk uitstellen van de uitverkoop. Of met geringe kortingen te starten. Het weer heeft er afgelopen maanden zeker toe geleid dat de consument niet bereid was om fors te gaan kopen. Het weggeven van kortingen helpt dan ook niet.

We moeten ons echter met name realiseren dat diezelfde consument veranderd is. Aankopen worden gedaan op het moment dat de daadwerkelijke behoefte daar is. Daarnaast is de consument breed geïnformeerd en wil hij verrast worden in de winkel. Dit hoeft niet direct door flitsende reclames en high-tech klantbediening. Niet iedere consument zit daar op te wachten en niet iedere retailer wil die kant op. Ook ik ben consument en ben in veel gevallen positief verrast op het moment dat een retailer of medewerker mij enthousiasat te woord staat en daadwerkelijk deskundig blijkt. Dat is de eerste sleutel tot succes: enthousiast zijn en deskundigheid uitstralen.

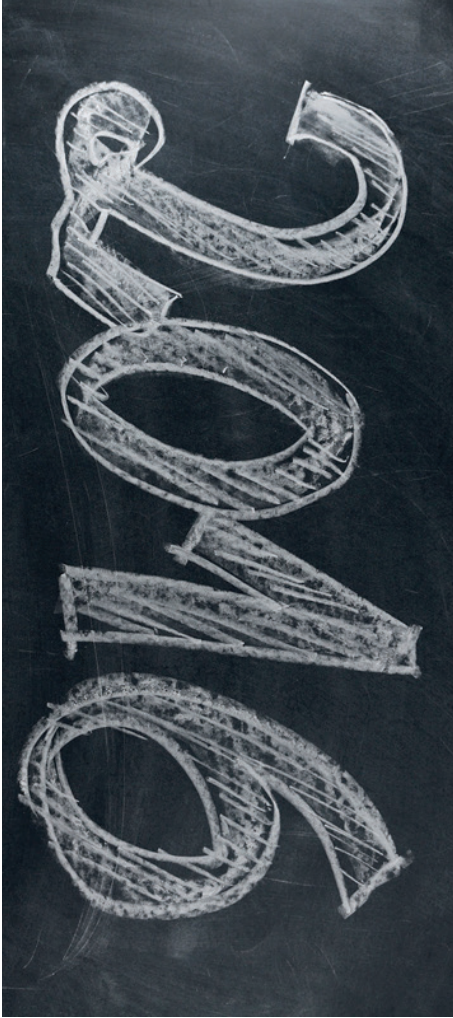
Onze branche heeft in 2016 een moeilijk jaar gehad. Schoenenwinkels laten over het algemeen een kleine min zien, waar kledingwinkels rond de nullijn blijven. In 2016 zit echter nog de verwerking van enkele grote faillissementen (V&D, Machtros). Daarnaast worden er steeds meer impulsen voor winkelgebieden gerealiseerd. Marktonderzoekers voorspellen voor 2017 dan ook een kleine groei van 2% voor zowel mode- als schoenenwinkels.

GMS heeft over 2016 ook een mooie groei laten zien. In Nederland groeden we met maar liefst 17,5%. Voor 2017 willen we met name onze bestaande relaties helpen met financieel gezonder te worden en te groeien. Daar ligt onze prioriteit!

Samen de schouders eronder en aan de slag in dit nieuwe jaar!



Het jaar zit er op!



Het jaar zit er op! De omzet is gemaakt en je accountant gaat nu uitrekenen of het allemaal de moeite waard is geweest. Als GMS ondernemer sta jij er al snel een stuk beter voor dan de rest van de markt. Laten we ervoor gaan om die voorsprong komend jaar nog verder uit te bouwen!

Wat gaat de tijd snel! Het is alweer bijna één jaar geleden dat ik in Nieuwegein een groot aantal van jullie mocht toespreken! Ik riep toen dat ik niet veel vertrouwen naar 2016 keek, en achteraf blijkt dat dit zeker niet onterecht was! De meeste winkels in Nederland hebben het in 2016 beter gedaan dan in 2015. Ik heb van mensen die het kunnen weten begrepen dat jullie het als GMS winkeliers het zelfs nog een beetje beter hebben gedaan dan jullie branchecollega's. Een mooie reden lijkt mij om gezamenlijk de witte vlekken op de kaart waar nu nog geen goede GMS ondernemers zitten op te vullen. Hoe groter en sterker GMS wordt, hoe groter de voordelen die GMS haar leden kan bieden. En dat is fijn voor jullie als bestaande leden, maar ook een geweldige kans voor de nieuwkomers om hun positie in hun lokale markt een boost te kunnen geven!

Het afgelopen jaar hebben we samen zeker niet stil gezeten. Ik heb regelmatig diverse GMS ondernemers gesproken op bijvoorbeeld De Modelfabriek, of tijdens een bezoek van mij aan hun winkels. Altijd weer mooi om te horen waar jullie zoal mee bezig zijn. Ook goed om te zien dat jullie er allemaal steeds meer vertrouwen in krijgen dat winkels in Nederland nog altijd een belangrijke rol vervullen en bovendien zeker ook levensvatbaar zijn en echt succesvol kunnen worden.

Ik kijk ook nu weer met veel enthousiasme naar het komende winkeljaar. 2017 gaat ons allemaal nieuwe kansen en volgens mij ook een betere omzet brengen. Consumenten lijken de winkels in de winkelstraten van ons land te herontdekken en ook weer op waarde te schatten. De onlineomzet is

weliswaar harder gegroeid dan de omzet in de winkelstraat, maar ook in de winkelcentra in Nederland zien we duidelijk hogere omzetten. Helaas zien we die nog niet bij alle ondernemers.

Consumenten zijn nu weer bereid om geld uit te geven in winkels, maar ze stellen wel hoger eisen. Winkelen is in de afgelopen jaren wel veranderd. De doelgroep voor uw winkels is in beweging. U zult zich voortdurend moeten afvragen welke veranderingen er plaatsvinden in de markt en hoe u daar op kunt, en bovenal moet inspelen. Een paar maanden geleden sprak ik voor een groep ondernemers, die ik vroeg hoe hun doelgroep eruit zag. Ik kreeg als antwoord: 'een echtpaar van tussen de 35 en 45 met opgroeiende kinderen, een middenklasse auto, een twee onder één kap woning en sociale klasse b-plus.

Maar weet u dat we in ons land al 50% éénpersoons huishoudens hebben? Weet u dat er in uw winkelstraat een Babyboomer generatie loopt met meer tijd en geld dan ooit om te winkelen. Helaas barsen die mensen ook van de spullen, dus waarom zouden ze eigenlijk iets bij u gaan kopen?

We leven in een belevenis economie. We willen een unieke ervaring beleven in uw winkel. We hoeven geen geld uit te geven, maar als u ons weet te raken met een uniek aanbod en / of geweldige service, dan mag het best iets kosten! Korting alleen kan de klant niet meer boeien, maar u en uw team kunnen klanten wel boeien. Het komende jaar gaat GMS u weer op allerlei manieren helpen om eruit te halen wat er omzet-technisch in zit! Naast de bekende diensten gaan we u ook inspireren. We rijken ideeën

en concepten aan waar u mee aan de slag kunt. Met de GMS-bedrijfs-check helpen we u om scherp in kaart te krijgen waar u staat als ondernemer en hoe uw winkel ervoor staat. We gaan u helpen met raad en daad waar mogelijk. De GMS academy gaat u een mooi aanbod aan trainingen bieden waar ik ook graag een bijdrage aan zal leveren. Maak daar ook zoveel mogelijk gebruik van!

Als retail-trendwatcher deel ik mijn observaties ook regelmatig met het GMS team. Deze kennis gebruiken we om telkens weer te bouwen aan onze voorsprong in de markt. Speciaal om die reden hebben we onlangs afgesproken dat alle GMS relaties geheel gratis mijn E-book gaan ontvangen met de titel: 'In zes stappen naar meer omzet' in dat boek geef ik u een bewezen stappenplan waarmee al menige winkelier zijn omzet en winst heeft kunnen verbeteren! Deze hebt u al ontvangen via de vorige editie van de GMS Update.

Ambitieuze en succesvolle winkeliers willen ook verder kunnen bouwen aan hun bedrijf. Ook daar werken we aan. Veel winkeliers en MKB ondernemers klagen dat banken nog steeds niet mee willen werken aan het financieren van hun plannen. Inmiddels voeren we gesprekken om te ontdekken waar we gesproken om te ontdekken allen uit deze financierings impasse kunnen raken. Ook daar mag ik gelukkig een rol bij spelen.

Als resultaat hiervan ben ik momenteel bezig met de afronding van weer een nieuw boekje met als titel: 'Zo kun je op legale wijze de bankkluis openbreken' in dat boekje vertel ik u precies hoe het zit met financieringen en hoe u kanrijk een financieringsaanvraag

kunt indienen bij uw bank. Dit zal vast helpen! U leest het, ik heb er zin in en zal er alles aan doen om u ook komend jaar te helpen om toe bouwen aan succes, maar vergeet niet, u bent de ondernemer, ik kan u slechts helpen, maar uiteindelijk moet u het natuurlijk wel zelf doen!

Ik wens u een mooi, gezond en succesvol 2017 toe en hoop u snel weer persoonlijk te treffen!



Emotie versus Ratio? (deel 3)

In deze serie artikelen behandelen we de verschillende meetpunten in de bedrijfsvoering waaraan we ons gevoel (emotie) kunnen toetsen aan de meetbare werkelijkheid (ratio).

Onder het motto "meten = weten = verbeteren" volgt hier deel 3. In dit artikel behandelen we de klanteninformatie.

MEETPUNTEN Om te kunnen meten moeten we eerst weten wat we willen meten. We hebben verschillende mogelijkheden om te kunnen meten, onder andere:

- De jaarrekening
- Het goederen-automatiseringssysteem
- Klanteninformatie
- Personeel
- Mystery Shopping
- Collega's / Benchmark
- Onderzoek

KLANTENINFORMATIE

Klantenbinding is essentieel in de huidige bedrijfsvoering. Wie zijn onze klanten, waar komen ze vandaan, wat geven ze uit en welke merken kopen ze? De antwoorden hierop zijn weer van belang voor ons bedrijfsbeleid.

Met behulp van een klantensysteem moeten we hierop antwoord geven. Steeds vaker zijn klantentellers een onderdeel van dit systeem. Weet u hoeveel bezoekers (kijkers) uw winkel heeft en hoeveel kijkers ook daadwerkelijk kopers worden (de zogenaamde conversie).

Hoeveel stuks verkoopt u gemiddeld aan een klant en wat is de gemiddelde prijs daarvan? Hoe was dit vorig jaar en hoe is dit bij mijn collega's? Vragen waarop we over het algemeen een antwoord geven vanuit ons gevoel.

We kunnen het effect van maatregelen door een goede meting vooral laten zien aan de hand van een voorbeeld.



VOORBEELD

Over 2016 hebben we van een modewinkel de volgende gegevens verzameld:

• Omzet	€ 720.000
• Bezoekers	75.000
• Conversie	10%
• Stuks per klant	1,75
• Bonbedrag	€ 96
• Gemiddelde prijs	€ 55

Hieruit kunnen we vaststellen dat van alle bezoekers (75.000) van onze winkel er 7.500 daadwerkelijk iets kopen. Deze kopende klanten kopen gemiddeld 1,75 artikelen en ze betalen daarvoor gemiddeld € 96.

We gaan hier niet in op de vraag of een conversie van 10% goed of slechts is. De conversie is afhankelijk van de aard van de plaats en de locatie. In de Kalverstraat in Amsterdam is 10% uitstekend maar in winkelstraten in kleinere plaatsen is deze veel te laag.

De ondernemer stelt voor 2017 als doel dat de conversie stijgt naar 11% en dat het aantal stuks per klant stijgt naar 1,85. Op zich lijken dit geen hoogdravende doelstellingen, maar het zijn er wel twee met grote gevolgen.

Als bij gelijkblijvende bezoekersaantallen de conversie toeneemt van 10% naar 11% gaan we uit van toename van de groep kopers van 7.500 naar 8.250. Het gemiddelde bonbedrag neemt toe van € 96 naar € 102 (= € 55 * 1,85).

Als we dit weten te realiseren stijgt de omzet naar $(8.250 * € 102 =) € 841.500$.

Ruim € 120.000 meer!!! Dit lijkt absurd maar het is een reëel voorbeeld.

Alles wat we er voor moeten doen is meer bezoekers verleiden om koper te worden en we moeten alles in het werk stellen om te zorgen dat er meer stuks gekocht worden. We hoeven er geen extra marketing voor in te zetten want dit zijn al bezoekers! Waarom handen vol geld uitgeven aan marketing als we veel meer kunnen bereiken door van onze bezoekers (kijkers) kopers te maken.

In de *GMS Benchmark* wordt hieraan aandacht gegeven!

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. Meer info over onze werkzaamheden vindt u op de website www.busbedrijfsadvies.nl

