

Hogere bestedingen per klant Sinds opening een plus van 15%



Eind september opende Keurslager Ton Oostveen de nieuwe zaak. Er zijn veel positieve reacties. In feite startte Ton al in 1994 in dit winkelcentrum, hemelsbreed 50 meter verder, maar een wereld van verschil. "Dit is twee keer zo groot, hier kan ik 'mijn ding' doen." En daarmee bedoelt Ton: een gastvrije winkel met een goede balans tussen zelfbediening en traditionele service. Het fraaie verseiland - een lang gekoesterde droom - biedt een ruim assortiment vers voorgesneden vleeswaren, gebraden producten, maaltijden en gerechten. De klant ziet meteen waar medewerkers mee bezig zijn, er is meteen contact.

UITGANGSPUNT

De winkel is - samen met Techna Koude - in recordtempo gerealiseerd (de eerste gesprekken waren pas in mei!). Willem Verhoeven van Techna Koude, tekende voor het ontwerp, in overleg met Ton. Verhoeven: "De klantwensen zijn ons uitgangspunt, maar niet dat we alles volgzzaam uitvoeren. Wij adviseren vanuit onze kennis; letten op de marktsituatie. Als de klant beter een kleinere toonbank kan nemen, of een korter wandmeubel, dan adviseren we dat. Het gaat ons niet om zoveel mogelijk meters te verkopen. Wij willen een tevreden ondernemer." En dat is Ton, hij knikt instemmend.

KANSEN

De snelle realisatie van de compleet nieuwe winkel was nodig omdat verderop in De Meern



"Weet je wat een klant zei? 'In deze winkel wil je elke dag terugkomen!' " Ton Oostveen vertelt het in zijn nieuwe zaak in winkelcentrum Merenveldplein, De Meern. Ook nu spreekt een bezoeker hem aan: "Het is zo mooi geworden! Ik kom weer vaker, hoor!" Ton is zichtbaar geveleid: "Bedankt. Fijn om te horen!"

een groot shoppingcentre opende. Dat heeft effecten voor het oude winkelcentrum, het is deels een bedreiging, maar Ton ziet juist kansen. "Ons winkelcentrum is nu meer voor de dagelijkse boodschappen, en daar speel ik op in." Hij kiest dus de aanval, dat is ook nu de beste verdediging. De cijfers



spreken heldere taal: "Sinds de opening plussen we 15%. Onze omzet komt voor 30 à 40% uit de zelfbediening, en dat groeit. De consument wil graag grabbelen, ook bij de Keurslager." Zijn advies aan collega's: "Blijf niet alleen traditioneel denken, je moet ook meegaan, vanuit je eigen kracht en kwaliteit als Keurslager."

UNIEK CONCEPT

Die kwaliteit weerspiegelt zich in Ton's nieuwe winkel, tot in details verzorgd door Techna Koude. Verhoeven: "Deze winkel heeft een uniek concept, door de routing met een gescheiden ingang en uitgang, daardoor moet de klant automatisch overal langs: de zelfbedieningswand, het verseiland gevormd door de ruim 8 meter lange ovaalronde toonbank. Bovendien is er een traditionele toonbank van 7 meter voor het vleesassortiment.

Klanten en medewerkers waren snel gewend. Ton: "Het werkt prettig, de klanten vinden het mooi en besteden meer." Zoals elke week blijkt uit de resultaten. <<