

# Jewels & Watches *info*

VAKBLAD • nummer 57 • driemaandelijks • lente 2019 • P 801201



© with courtesy MB&F SA



SnapPress

[www.jewelsandwatches.be](http://www.jewelsandwatches.be)



ZILVER - VERGULD - STAAL  
[WWW.BIJOUXCN.COM](http://WWW.BIJOUXCN.COM)

voor meer info, zie blz. 3

BIJOUX CN Paris - La Coque de Nacre S.A.S. - 7 rue des fontaines du temple - 75003 Paris - France - Tél : +33 1 70 36 55 50 - contact : [bijouxcn@bijouxcn.com](mailto:bijouxcn@bijouxcn.com)  
Vertegenwoordiger België & Luxemburg : Georges SCHMITS Tél : +32 488 22 69 20 - e-mail : [georges.schmits@gmail.com](mailto:georges.schmits@gmail.com)



## Visual Merchandising, een meerwaarde in uw zaak

Door Ronny Van Cutsem

Er is nog veel onontgonnen potentieel in onze fysieke winkelpunten. De voorwaarde is wel dat je als juwelier inspanningen blijft leveren om uw klanten beter te leren kennen en om uw verhaal aan de noden van uw klanten aan te passen. Wij woonden onlangs een interessant seminar bij hoe je jouw winkel die extra in-store beleving kan geven, je kan dit uiteraard zelf gaan doen maar je kan ook beroep gaan doen op gespecialiseerde hulp. StoresandStories.be beschikt alvast over de nodige know-how en ervaring en deelde met onze redactie heel wat nuttige tips.

### De ogen openen

Stores&Stories stellen vooral vast dat veel winkeliers eigenlijk niet echt de missie en de visie van hun handelen kennen. “Ze weten vaak ook niet wat de tien meest voorkomende vragen zijn die klanten stellen. En ze hebben nog nooit inspanningen gedaan om echt in te schatten waar zich de “hot zones” van hun winkel bevinden, laat staan dat ze hebben nagedacht over hoe een doordachte lay-out het verkoopproces – het aankoopproces van de klant – gemakkelijker kan maken.

Een van de meest onderschatte, maar tevens één van de meest

bepalende onderdelen van een winkel is de visual merchandising. Alle grote retailers werken met een heel team van visual merchandisers, dus het werkt. Door een goede visual merchandising stijgt de omzet.

### Maar wat doet een visual merchandiser nu precies?

1. Visual merchandising is het het **zo aantrekkelijk mogelijk presenteren** van het assortiment aan de klant, het product staat hierin steeds centraal. De juiste producten op de juiste plaats ! Een visual merchandiser zorgt ervoor dat de gewenste **sfeer** in de winkel ontstaat en maakt ook **emotie** los bij de klant. Door ten volle gebruik te maken van de **winkel layout** zal men **stopkracht** creëren. Visual merchandising is dus niet alleen de **sfeermaker** in de winkel, het is ook de motor achter uw omzet.

2. Een goede visual merchandiser betaalt zich altijd terug. Alleen al door het aantrekkelijker, **logischer presenteren** van het assortiment en de **juiste productcombinaties** te maken stijgt de omzet en dat zonder extra verkoopkosten.

Maar het aankoopgedrag van klanten is constant in beweging en de context is dat evenzeer. Het komt er voor de handelaars op aan om op alle mogelijke manieren het koopgemak voor de klanten te vergroten. Je kan pas bevredigende resultaten boeken als alles voor de klant “is.” Het is niet omdat jij kan verkopen dat je klanten ook effectief kunnen kopen.



### Omnichannel en multichannel

De grootste verandering is natuurlijk de ongelooflijke doorbraak van de e-commerce. "Omnichannel is iets anders dan multichannel", zeggen Stores&Stories daarover. "De woorden worden gemakkelijk in de mond genomen, maar een goed renderend omnichannelbeleid voeren houdt veel meer in dan de producten die in de winkel staan ook even op een site zetten. En die inderdaad een verhaal te vertellen hebben dat aansluit op de noden van de klanten." Een ander punt waar Stores&Stories op hamert is dat retailers in het algemeen vaak te veel vast blijven zitten in hun eigen cocon. "De wereld verandert snel en dat heeft ook impact op de verkoop."

### Medewerkers trainen

De signalen van de enorme verandering in zowat alle domeinen krijgen we dagelijks als een stortvloed over ons uitgestort. Het mantra dat bedrijven en retailers moeten innoveren om te overleven horen meubelhandelaars ook tot vervelens toe. "En toch", zegt Stores&Stories, "is de weerstand tegen verandering die inherent in elke mens zit, bijzonder groot. "De bewustwording van die noodzaak aan verandering is de eerste belangrijke stap die nodig is om meer te verkopen. Het definiëren van een duidelijke missie en visie en

het vertalen ervan in een aantrekkelijk verhaal een tweede. Heel belangrijk is ook dat iedereen daarin meegaat. Retailers laten ook veel kansen liggen door hun medewerkers onvoldoende te trainen. Vooral nu is meer belangrijk dan ooit, de verwachtingen van de klanten zijn nu hoger en anders. Ze hebben specifieke vragen, zoeken oplossingen en advies met meerwaarde. Want het is niet omdat je kan verkopen, dat je ook zal verkopen.

De fysieke winkel heeft echt nog wel veel potentieel. De vraag "hoe creëer je een nieuwe aantrekkelijke in-store ervaring" is belangrijker dan ooit tevoren. Het is zaak om het bloot te leggen en actie te ondernemen om er de vruchten van te gaan plukken."

### "Stores & Stories"

"Stores & Stories" begeleidt retailers bij veranderingen en groei... Meer info krijg je alvast bij:

Michèle Van Wambeke

michele@storesandstories - 0471 59 57 91

Ylvba Nordström

ylvba@storesandstories - 0478 29 73 92

[Eigenes Herstellungs-  
atelier, Reparaturen,  
Fasserarbeiten, Guss-  
technik, 3D-Modelisation,  
Perlen aufziehen, Roségold,  
Rhodinieren, Gravieren,  
Laserschweißen usw...]



JUWELIER - ATELIER

Paveestraße 25-27 - Eupen - Tel. 087/33 00 46



[Wenn Schmuck zur Perfektion wird...]