



EEN GOEDE WINKELINRICHTING

De eerste stap naar succes

Verkoop staat of valt met presentatie. Steeds meer ondernemers zijn zich hiervan bewust en investeren in een functionele winkelrichting. De winkelsfeer bepaalt immers het imago van de winkel en beïnvloedt het winkelgedrag van de koper. Beaujou International biedt een compleet verkoopsysteem en vertelt hoe je bijous en accessoires succesvol kunt presenteren om zodoende de omzet per vierkante meter te optimaliseren.



Smetsers Best Collection in Eindhoven

Beaujou biedt winkeliers full service, waarbij de vraag van de klant te allen tijde voorop staat. Directeur Jörg Kathe: “Ondernemers die bij ons komen zijn zoekende en besteden het inrichten van hun winkel graag uit. Samen met de detaillist kijken wij wat de mogelijkheden van een winkel zijn.”

Oplossingen

Beaujou speelt met haar dienstenpakket in op de toenemende vraag naar service, waarbij de klant bepaalt hoe ver deze gaat. Caroline den Houting is interieur-architecte en verantwoordelijk voor de conceptontwikkeling en marketing van Beaujou. Ze vertelt hoe Beaujou tegemoet komt aan de wensen van de ondernemer en samen met hem zoekt naar oplossingen. “De winkelier die ons benadert, bepaalt zelf hoe zijn winkel eruit komt te zien. Een ondernemer vroeg bijvoorbeeld om een oplossing voor het presenteren van sieraden op de toonbank, waarop we daarop toegespitste, kleine displays zijn gaan verkopen.”

Verleiden

Den Houting heeft veel ervaring met het inrichten van winkels. Ze weet hoe je een open uitstraling in je winkel creëert en op welke wijze je je entree kunt inrichten om klanten te verleiden jouw winkel te betreden. “Een goede winkelrichting is de eerste stap naar succes”, vindt Den Houting. “Je moet het winkelend publiek letterlijk over de drempel trekken.” Een teaser kan helpen klanten naar binnen te lokken. Je kunt bijvoorbeeld een groot, opvallend sieraad bij de ingang hangen. Kathe raadt detaillisten aan om de presentatie door derden te laten verzorgen. “Je kunt het zelf doen, maar een bedrijf als het onze neemt de detaillist werk uit handen.” Den Houting: “Maar ook verlichting, de vorm van de winkel en de plattegrond zijn van onschatbare waarde.” Kathe stemt in: “Als een winkelier de ruimte heeft voor zo’n uitgebreide presentatie, is het prachtig die uit te lichten.”

Routing is alles

Hoe uitgekierder de routing en inrichting, des te hoger de bezoeksfrequentie. En hoe hoger de omloopsnelheid van je sieraden, des te meer omzet je genereert. Het is belangrijk dat de winkelier de indeling van zijn zaak laat afhangen van de behoeften van zijn klanten. Denk hierbij aan de presentatie van de sieraden. “De collectie moet een gezicht krijgen. Je ziet veel te vaak in winkels dat spullen willekeurig worden opgehangen, terwijl ze mooi kunnen worden gepresenteerd als een complete bijoucollectie”, vindt Kathe. Kies je voor een muurpresentatie of leg je de sieraden midden in de winkel? “De presentatie via displays loopt het best”, aldus Kathe. “Als je de displays voor een muur neerzet met daarachter een spiegel, creëer je een mooi effect.”

“Presenteer sieraden in de prijsklasse tot € 20,- niet achter een balie of in een glazen kast”, zegt Den Houting. “Doe dat liever op een vrijstaande display. Dat verkoopt beter. Dan is de drempel om ze te pakken lager, zonder dat daar een verkoopgesprek aan vooraf hoeft te gaan. Zet deze displays op een plek waar veel klanten langskomen, zoals bij de kassa. Wij bepalen altijd met de ondernemer waar de displays het beste kunnen staan. Klanten nemen sieraden in deze prijsklasse in de loop mee.”

Sfeervolle verpakking

Beleving en inspiratie zijn vervolgens nodig om de klant te verleiden tot nog meer aankopen. Naast het product is de verpakking dus van belang. Zorg voor een mooie aankleding, zo geef je een stukje sfeer mee. Omhul het sieraad bijvoorbeeld eerst met een mooi vloeiend papier en doe het geheel in een chique zakje. Kathe stelt echter: “Als je een sieraad van € 1,- of € 2,- verkoopt, hoeft de verpakking niet op te vallen. In de prijsklasse van € 40,- à € 50,- is dit belangrijker. Ik zou de wijze van verpakken aanpassen aan de prijs van het accessoire. Houd er rekening mee dat het voor de klant belangrijk is dat het er mooi uitziet. Verkoop staat of valt met de presentatie.” “Let wel, het is van belang dat dit het artikel ondersteunt, maar niet overheerst”, tipt Den Houting tot slot.

Eigen lijn

Naast het ontwikkelen van concepten, ontwerpt Beaujou ook sieraden en modeaccessoires: Heiress (dames), Mascull (mannen), Chikidz (kinderen) en private label (eigen merk). Beaujou wil de trend dat in elke stad dezelfde artikelen worden verkocht doorbreken. Den Houting: “Wij bieden in verschillende steden verschillende collecties aan. In de toekomst moet het zo zijn dat mensen die een dagje gaan winkelen in Amsterdam en op een display Beaujou zien staan, weten dat er andere artikelen worden aangeboden dan in hun eigen stad. Doordat ze het merk kennen, weten ze dat de kwaliteit en prijsklasse goed zijn. Maar ze weten ook dat wat ze thuis kopen, niet in Amsterdam wordt verkocht en andersom.”

www.beujou.com

“De collectie moet een gezicht krijgen”