

Iemand moet de eerste stap zetten. U?

In de vorige Koopman schreven we over de bijeenkomsten die het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) en de Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH) in november 2010 in het land organiseerden in het kader van de Markt van morgen: de markt als klantgerichte onderneming. Ruim 660 marktondernemers en vertegenwoordigers van gemeenten gingen na afloop van die bijeenkomsten naar huis met handvatten voor vernieuwing. In de komende edities van de Koopman verschijnen artikelen over de praktische invulling van die vernieuwing. Hoe pak je een klantgerichte benadering van je markt aan? Hoe houd je vernieuwing overzichtelijk en uitvoerbaar? In dit artikel de eerste stap: zoek medestanders op en maak een afspraak!

We pakken het stapsgewijs aan.

Tijdens de bijeenkomsten in november spraken we veel ondernemers die weten dat de markt moet vernieuwen. Deze ondernemers zien dat de (retail)wereld snel verandert en dat de consument van vandaag het voor het kiezen heeft. Zij beseffen dat je als markt(koopman) echt je best moet doen, wil je de 'verwende' consument tot een bezoek aan jouw markt (blijven) verleiden. Tegelijk ondervinden deze ondernemers dat het moeilijk is om veranderingen door te voeren. Zo bleek ook uit vragen en opmerkingen uit de zaal tijdens de Markt van morgen-bijeenkomsten. Je kunt als on-

Het werkboek De markt op afstand. Hoe pak je dat aan? en de daarbij behorende checklist bevatten veel praktische handvatten en tips. Toch blijkt juist het nemen van de eerste stap – Fase 1 uit de checklist: de start van het project – een lastige. Begrijpelijk, want veel markten doen het nu eenmaal al jaren op een bepaalde manier. En het is dan best lastig om het initiatief te nemen om dingen te gaan veranderen. Ook al weet je dat het noodzakelijk is. Daarom is het belangrijk om rustig te beginnen. Met een kleine groep welwillende ondernemers en niet direct met grote plannen om de hele markt op de schop te nemen. Maar hoe pak je dát nou aan?

De markt van vandaag

De markt van morgen begint met een kritische blik op de markt van vandaag. Met andere woorden: voordat je aan de slag kunt om iets te veranderen, moet je eerst bepalen wat de stand van zaken is op dit moment. Waar sta je nu als markt? Wat gaat er goed en wat zou je anders willen? Pas als je dat goed in kaart hebt gebracht, kun je bepalen waar je straks naartoe wilt. Misschien kom je erachter dat er heel veel moet veranderen om je markt min of meer uit het slop te trekken. Maar het kan ook heel goed zijn dat je samen besluit dat je markt al best goed draait. En dat je met een paar aanpassingen er weer jaren tegenaan kunt.

Met elkaar in overleg

Om te bepalen hoe de uitgangssituatie van je markt is, is het noodzakelijk met elkaar in overleg te gaan. Fase 1 van de checklist adviseert om een werkgroep samen te stellen van ondernemers, gemeente en eventuele derden. Maar wie neemt daartoe het initiatief? De gemeente? De ondernemers? Vaak bestaat de neiging op elkaar te wachten en te wijzen naar de ander. Dan gebeurt er zeker niets. Om dat te voorkomen is het een goed idee om als ondernemers het initiatief te nemen en 'klein te beginnen'. Heel eenvoudig, met een paar ondernemende kooplieden die er zin in hebben. Samen eens wat zaken op een rij te zetten. Een eerste stap zetten. Je bent tenslotte niet voor niets ondernemer.

Stap 1: Zoek elkaar op

Zoek de mensen op die ideeën hebben over verandering. Durf te zeggen: we doen het met klein groepje. En laat vooral degenen die er geen zin in hebben links liggen. Die werken toch (nog) niet mee. Maak met de ondernemers die wel willen een eerste afspraak om eens kritisch naar je eigen markt te kijken. Betrek als het even kan ook de marktmeester. En misschien is er al een goed contact met de gemeente en kun je je contactpersoon uitnodigen. Maar dat is in deze fase nog niet noodzakelijk.

Stap 2: Eerste bijeenkomst

Plan een informele bijeenkomst, om samen te praten over hoe de markt op dit moment functioneert. Of nog praktischer: loop eens met een paar mensen over je eigen markt, alsof je zelf klant bent. Kijk door de ogen van de consument en noteer wat je opvalt. Wat vind je goed? Wat vind je slecht? Wat mis je? Waar kan het beter? Maak misschien foto's, om later terug te kunnen kijken. Schiet onderweg ook eens een paar klanten aan en vraag ze wat ze goed vinden aan de markt. Waarom komen ze? En wat missen ze? Doe ook een 'rondje' langs de ondernemers. Stel bijvoorbeeld drie vragen, waarop ze maar

Op weg naar de Markt van morgen

dernemer zelf wel willen, maar de grootste 'concurrenten' zijn eigenlijk de collega's die niet openstaan voor vernieuwing en die de hakken in 't zand zetten. Ook ontbreekt het ondernemers vaak aan tijd. De klemmende vraag van deze veranderingsgezinde kooplieden is dan ook: hoe pak ik veranderingen op mijn eigen markt op een goede manier aan? Waar moet ik beginnen? Hoe krijg ik de anderen mee? Hoe vind ik er tijd voor. En als ik mijn nek uitsteek, haal ik mezelf dan niet heel veel extra werk op de hals?

één kort antwoord mogen geven: het eerste wat bij ze opkomt. Bijvoorbeeld:

1. Wat is het beste aan onze markt?
2. Wat is het slechtste aan onze markt?
3. Vind je dat er iets moet veranderen?

Stap 3: Vervolgafpraak

Plan een vervolgafpraak. Bespreek dan wat je hebt gesignaleerd tijdens de eerste bijeenkomst of bij het rondje op de markt. Misschien zijn er al andere ondernemers die bij het overleg willen aanschuiven. Zet samen op een rij wat je goed vindt en wat beter kan. De onderstaande vragenlijst kan daarbij handig zijn:

VRAGEN OVER DE MARKT ALGEMEEN

Waarin onderscheidt onze markt zich?
Waarom kopen consumenten bij ons?
Hoe is de samenwerking met gemeenten?
Wat hebben we aan promotie gedaan?
Hoe heeft dat gewerkt?
Zijn er voldoende voorzieningen (stroom, toiletten etc.)
Zijn we goed bereikbaar?
Is er voldoende parkeergelegenheid?
Wat zijn onze markttijden?
En sluiten die (nog) aan bij wat de consument wil?
Hoe is de presentatie van de ondernemers op onze markt?
Zijn daar afspraken over?

VRAGEN OVER BEZOEKERS

Wie komen er bij ons op de markt?
Wat is/zijn onze doelgroep(en)?
Wie komen er niet?
En waarom niet?

VRAGEN OVER DE OMGEVING

Op welke locatie staan we?
Staan we daar eigenlijk wel goed?
Zijn we goed bereikbaar?
Heeft onze markt de juiste omvang?
Wie zijn onze concurrenten in de omgeving?
Hoe is de samenwerking met de winkeliers?
En met de horeca en andere voorzieningen?
Hoe verhouden we ons tot andere markten in de buurt?

VRAGEN OVER DE ONDERNEMERS

Wie staan er op onze markt?
Wat is de vaste kern?
Wie zijn de meelopers?
Hoe is de kwaliteit van de ondernemers?
Hoe is de prijs-kwaliteitverhouding?
Presenteert iedereen zich op een professionele manier?



Zijn daar afspraken over?
Waar staan we voor? Dragen we gezamenlijk iets uit?
Hoe is de mentaliteit?

VRAGEN OVER ASSORTIMENT

Welke producten hebben we?
Passen die producten bij de doelgroep?
Welke producten missen we?
Hebben we de goede mix?
Zo nee, waarom niet?
Hoe is de presentatie van producten?
Wie/wat zijn de trekkers op onze markt?
En waarom?
Wat bieden we, buiten producten, aan services?

VRAGEN OVER ROUTING

Is de indeling goed?
Worden alle kramen goed bezocht?
Bezoekt de consument de hele markt of maar een deel?
Denken we überhaupt na over de route?

Plan eventueel een vervolgafpraak als je niet alle vragen hebt behandeld en dat wel belangrijk vindt.

Stap 4: Blik op de toekomst

Plan een volgende afspraak om vooruit te kijken naar de toekomst, naar je eigen markt van morgen. Benoem daar met elkaar bijvoorbeeld vijf 'behopbare' zaken die je zou willen veranderen. Misschien kom je niet aan vijf. Misschien heb je meer wensen. Maar beperk je, anders wordt het onoverzichtelijk. Voorkom dat er direct een berg werk op je afkomt. Dingen die nu niet aan bod komen, komen later.

Stap 5: Breng verslag uit

Heb je deze zaken eenmaal op een rij, breng dan kort verslag uit aan de andere kooplieden. Beleg een vergadering of zet je conclusies/wensen op een A4'tje – kort! – en deel dit uit. Of communiceer via e-mail, als je zeker weet dat dat gelezen wordt. Het is sowieso handig, ook voor het vervolg, om een e-mailadressenbestand aan te leggen. Vraag nadat je over je plannen gecommuniceerd hebt aan collega-ondernemers wat ze ervan vinden. Probeer draagvlak te creëren. Misschien zijn er al ondernemers die mee willen denken/doen? De ervaring leert dat zo'n eerste stap vaak het begin is van een proces. Als



het motortje eenmaal begint te draaien, dan worden ook anderen enthousiast.

Stap 6: Naar de gemeente

Maak een afspraak bij de gemeente. Vertel dat je als ondernemers hebt gebrainstormd over de toekomst van je markt en dat je nu graag met de gemeente om tafel gaat om te kijken hoe je samen de gewenste veranderingen in gang kunt zetten. Omdat je als ondernemers het initiatief hebt genomen en goed voorbereid 'aan tafel' komt, kan de gemeente niet om je heen. Daarmee is de

eerste belangrijke stap gezet. In deze fase kun je ook 'derden' bij het project betrekken. Bijvoorbeeld een vertegenwoordiger van de winkeliersvereniging, de horeca of een extern adviseur.

Conclusie

De eerste stap naar verandering is vaak de lastigste. Maar wie z'n nek durft uit te steken en rustig aan begint, zonder direct alles te willen veranderen, kan zeker succes hebben. Een paar ondernemers kunnen zo een grotere groep mee krijgen. Natuurlijk kost deze inspanning tijd. Maar wie nu niets doet, wordt straks door de consument niet meer gezien. Wie wel wat doet, maakt zich sterk voor z'n eigen toekomst en die van de hele sector! (Durven te) Veranderen hoort ook bij het ondernemerschap. Ook wanneer dat in eerste instantie vooral het collectieve belang dient! ◀

Informatie?

Kijk voor meer informatie over de markt van morgen, de checklist en het werkboek op www.demarktvanmorgen.nl of op www.hbd.nl/ambulantehandel.

De eerste fase in zes stappen:

Stap 1: Zoek de mensen op die ideeën hebben over verandering.

Stap 2: Plan een informele bijeenkomst om samen te praten over hoe de markt op dit moment functioneert. Maak eventueel een 'rondje' over je markt.

Stap 3: Plan een vervolgspraak. Bespreek wat je hebt gesignaleerd tijdens de eerste bijeenkomst.

Stap 4: Plan een volgende afspraak. Kijk dan vooruit naar je eigen markt van morgen. Zet een overzichtelijk aantal wensen op papier.

Stap 5: Breng kort verslag uit aan de andere kooplieden. Probeer draagvlak te creëren.

Stap 6: Maak een afspraak bij de gemeente.

Fase 1 uit de checklist ziet er zo uit:

DOEL: START PROJECT EN KADER BEPALEN

1: Werkgroep formeren

- Gemeente
- Marktondernemers
- Evt. derden (winkeliers, adviseurs)

2. Belanghebbenden bepalen

- Wie zijn belangengroepen?
- Draagvlak inventariseren

3. Plan van Aanpak maken

- Doelstelling
- Taakverdeling
- Tijdsinspanning
- Planning
- Budget voor het project
- Inschakelen derden bij specifieke onderwerpen (onderzoek, juridische zaken, marketing, communicatie)
- Werkboek aanvragen
- Gedetailleerde informatie in een praktisch werkboek, aan te vragen via www.demarktvanmorgen.nl of www.hbd.nl/ambulantehandel.

Nu ook op LinkedIn!

Mee discussiëren over de Markt van Morgen? Ervaringen delen en kennis uitwisselen over vernieuwing op de markt? Dat kan op de LinkedIn-groep 'De markt van morgen'. Sluit u aan via www.linkedin.com.