

Winkel moet het doen

10-02-2017 09:00



Volgens Hortensius is het zaak in beweging te blijven. "Snel kansen zien en dingen uitproberen. Als het werkt snel kopiëren naar andere winkels. Als het niet werkt, snel weer stoppen." Een concept met inkt voor printercartridges leek heel mooi, maar slaagde niet. Maar de stekkertjes en snoertjes voor elektronica doen het weer heel goed. En ook op andere vlakken experimenteren onze ondernemers en sparren we met elkaar. Zo heeft KlusWijs Sint-Oedenrode bijvoorbeeld een megawasmachine staan. Voor dekbedden en zo. Heeft niets met dhz te maken, maar levert wel klanten op."

E-commerce: specialisten halen we nooit meer in

E-commerce hoort volgens Hortensius niet bij trial & error. "E-commerce is echt het slagveld van de grote spelers. Willen we daar inhaken dan wegen de kosten niet op tegen de mogelijke baten. De specialisten halen we toch nooit meer in. Wil niet zeggen dat we er niets aan doen. Wij willen online triggeren en offline – in de winkel – de kansen verzilveren. Op die manier vernieuwen we binnenkort de hele website en die staat dan weer helemaal in dienst van de lokale ondernemer. Want in de winkel, daar moet het echt gebeuren."

[Lees het complete interview over vijf jaar KlusWijs](#)

Marc Nelissen