

Locatie is basis van rendement

03-02-2016 12:08



“Voor een succesvolle onderneming zijn drie dingen belangrijk”, zegt Mulder. “De ondernemer, de bedrijfsformule en het vestigingspunt. Succes is onder andere af te lezen aan het rendement van een onderneming. Om tot een goed rendement te komen is het belangrijk om die drie factoren in beeld te hebben. Hoe verhouden deze zich tot elkaar? Hoe dragen zij bij aan het succes van de onderneming? En de hamvraag: welk verbeterpotentieel is er? Door de kwaliteit van de locatie (de P van plaats uit de marketingmix) te meten, kom je erachter hoe deze ervoor staat en wat het verbeterpotentieel is.

Objectieve criteria

Mulder legt uit: “Ons vestigingslocatie-onderzoek is gebaseerd op een wetenschappelijk bewezen model dat we specifiek voor de bouwmarkten toepassen. Op basis van een beperkt aantal criteria stellen we objectief vast wat de kwaliteit van een vestigingspunt is. We inventariseren de kwaliteit van de omgeving en kijken naar de fysieke, commerciële en functionele kwaliteit van een pand en de locatie. Uit dat onderzoek komen meetwaarden waarmee we kunnen vaststellen hoe een vestiging scoort ten opzichte van branchegenoten. Op welk vlak scoort hij beter of slechter dan de groep waarvan hij deel uit maakt? Het vestigingslocatie-onderzoek doen we voor individuele ondernemers, maar ook voor franchiseorganisaties. Met meerdere locaties in het

onderzoek van één formule ontstaat er een rijke benchmark. Op basis van deze benchmark kan de vestigingsplaatsstrategie onder de loep worden genomen en kan een ondernemer gedegen keuzes maken. Is een locatie courant? Is er verbetering mogelijk of zit er, op termijn, geen toekomst in deze locatie?

Concrete verbeterpunten

“Als de cijfers bekend zijn, vertalen we die door naar specifieke verbeterpunten en acties”, gaat Mulder verder. “Wat kan een ondernemer aan zijn locatie verbeteren, zodat het een positieve invloed heeft op het rendement? Door het onderzoek krijgt een ondernemer inzicht in de concrete verbeterpunten. Op basis van de meting kijken we samen naar wat een goede vestigingsplaatsstrategie is. Waar zit de onderneming? Waar zou die willen zitten? Welke vestigingen bungelen er onderaan de lijst en op welke concrete punten kan een ondernemer zijn locatie verbeteren, om daarmee het rendement te verhogen door meer uit zijn vestigingspunt te halen? Op dat vlak ondersteunen we ondernemers graag met onze kennis en jarenlange expertise. Marshoek gaat veel verder dan een gewone boekhouder.”

Uitkomsten onderzoek

Mulder vertelt enthousiast verder: “Dankzij een vestigingslocatie-onderzoek kunnen we het verband leggen tussen de kwaliteit van een vestigingspunt en het rendement. Dat verband was nooit eerder aangetoond. Nu kunnen we een onderbuikgevoel staven met cijfers. We weten, dankzij het onderzoek, welke factoren van invloed zijn. Niet elk element kun je als ondernemer beïnvloeden, maar sommige zaken wel. Een uitnodigende winkel begint al op de parkeerplaats. Een zichtbare routing op het parkeerterrein geeft duidelijkheid en veiligheid. Zoiets heeft een positieve invloed op het rendement. Het zijn dingen die je als ondernemer relatief makkelijk, zonder vergunning, kunt beïnvloeden.”

TIP Een vestigingslocatie-onderzoek hoef je niet wekelijks te houden. Begin met een nul meting en bepaal verder eens per jaar hoe jouw locatie zich verhoudt ten opzichte van de concurrentie. Verbouw je het pand of verander je bijvoorbeeld de parkeerplaats?

Dan kan dit van invloed zijn en is het goed het onderzoek te herhalen. Als daar geen sprake van is, is eens in de vijf jaar een mooi uitgangspunt.