

# DHZ Trendcafé: Gun jezelf dat netwerk

26-05-2016 11:09



Als DHZ-ondernemer of -bedrijfsleider ben je druk-druk-druk. Eigenlijk meer ín je winkel aan het werk dan áán je winkel. En steeds dop je maar weer je eigen boontjes. Ja, natuurlijk spreek je wel eens collega's van je eigen organisatie. Maar hoe vaak kijk je eigenlijk buiten die vaste kring?

Precies daarom organiseert MIX het DHZ Trendcafé in samenwerking met RINnovatief. Vier prikkelende bijeenkomsten per jaar op plekken waar je zelf normaal nooit zou komen. Denk aan het hoofdkantoor van Bol.com of het bijzondere experience-center van The Art of Living Well.

Daar trakteren we je op informatie en inspiratie. De ene keer een presentatie, de andere keer een Retail Trend Sessie of een interactieve workshop.

Steeds in een prettige groep van ondernemers en bedrijfsleiders uit de dhz-sector. Als winkeliers onder elkaar kun je netwerken, sparren, klankborden en elkaar aanscherpen.

En dat is nog hartstikke leuk ook.

De Trendcafé's duren steeds van 15:00 uur tot 19:00 uur en zijn inclusief een dinerbuffet.

**Schrijf je meteen in op [via het inschrijfformulier](#)**

Dan kun je de openingssessie op het Hoofdkantoor van Bol.com al meemaken.

Als je je inschrijft voor 1 september betaal je € 425,- voor het eerste jaar (4 bijeenkomsten) in plaats van de normale € 499,-.

De eerste vier data zijn:

- 11 oktober 2016
- 17 januari 2017
- 4 april 2017
- 6 juni 2017

Het definitieve programma maken we binnenkort bekend.

## **LOCATIES**

### **Bol.com, Utrecht**

Het hoofdkantoor van deze e-tailer is een bijzondere hotspot. Gaaf om te zien hoeveel mensen hier werken aan het succes van 'de beste winkel van Nederland', zoals ze het zelf noemen.

### **The Art of Living Well, 's-Hertogenbosch**

Een 3D-magazine noemt oprichter Stan de Haas zijn The Art of living Well. Het is een showroom van diverse aanbieders van wellness- en leisureproducten. Allemaal puur high-end, je wordt echt ondergedompeld in een wereld van luxe. Een belevenis van jewelste.

### **Marshoek, Houten**

Meer dan een boekhouder, dat is Marshoek. Deze adviseurs hebben benchmark-cijfers in dhz en andere retailsectoren. Maar ze weten bijvoorbeeld ook alles van personeelsplanning en kijken met een berekenende blik dwars door een winkel heen.

### **Van Haren Schoenen, Waalwijk**

Deze schoenenretailer omarmt de veranderende markt. Internetconcurrentie, nieuwe toetreders, prijsdruk. Van Haren heeft er een antwoord op vanuit het hoofdkantoor en logistiek centrum in Waalwijk.

## **PRESENTATIES**

### **Bol.com, kans of bedreiging**

De beste winkel van Nederland. Dat wil Bol worden. De e-tailer speelt een rol in vele sectoren. Inmiddels ook in dhz. Leer hoe ze naar onze sector kijken en de klant bedienen. Misschien kun je zelfs wel meeliften.

### **Ondernemerschap als sleutel**

Met € 3.500 startte Claudia Willemsen Kleertjes.com. Vanaf haar zolderkamer. Nu is het de grootste aanbieder van kinderkleertjes. In een bevlogen verhaal vertelt Claudia hoe dat met vallen en opstaan gebeurde. Ondernemerschap troef.

### **Out of the box**

Om de uitdagingen in de schoenenretail het hoofd te bieden, moet Van Haren regelmatig out of the box denken. CEO Krein Brons vertelt hoe zijn organisatie dat steeds weer doet.

### **Baden in weelde**

Luxe resorts en hotels van over de hele wereld kloppen aan bij Stan de Haas. Als geen ander ontwerpt hij experience-concepten. The Art of Living Well is niet alleen zijn showroom maar ook een staaltje van eigen kunnen.

### **Retail Trend Sessie**

Retail verandert sneller dan ooit. Blijf op de hoogte van de trends die er echt toe doen. De experts van

Crossmarks wijzen je de weg, dwars door alle retailsectoren heen.

### **Verbodenvoor klanten**

We leven in het tijdperk van de belevenis- en betekenis-economie. Wim Schuurmans laat je ontdekken hoe jij waarde kunt toevoegen. Daar worden klanten fan van.

### **Veranderende consumenten**

Jongeren kunnen niet meer klussen, ouderen hebben juist veel te verspijkeren. Een diep inzicht in de veranderende demografie van de Nederlandse consument toont hoe de klant van morgen er uitziet.

### **Mysteryshopping**

Een paar winkels van onze deelnemers nemen we onder de loep met een mysteryshopper. De resultaten bespreken we anoniem. Ter lering en vermaak, inclusief illustratieve conclusies.

### **Onderlinge benchmark**

Lever je kerncijfers eens in, als je durft. Wij geven je er inzicht voor terug. Hoe presteer je ten opzichte van je soortgenoten en in vergelijking met de markt? In een interactieve sessie bespreken we de knoppen waar je het beste aan kunt draaien.

### **Ondernemerspanel**

We spotten voortdurend interessante ondernemers die we jou laten vertellen over hun aanpak en hun concept. Want iedere markt biedt kansen. Als je ze ziet, kun je ze pakken. Zie je ze niet, pakken ze jou.

admin