Decorette is daar waar de consument is

05-10-2019 00:01



“Toen we besloten om shop-in-shops te openen bij Hubo wilden we elkaar daarmee versterken. We zijn nu vier jaar verder, met succesvolle resultaten en een boel omzet”, zegt Angela van Dongen, formulemanager bij Decorette enthousiast. “We wilden vooruit en daarom moesten we keuzes maken. Decorette heeft veel synergie met Hubo, de belangrijkste overeenkomst is het ontzorgen van de klant. “We merken aan onze shop-in-shops dat één plus één drie is. We bieden alles onder één dak en komen bovendien al bij onze klanten over de vloer.” Het aantal aanvragen voor Decorette shops is groot. “Om een juiste balans met de stand alone winkels te behouden, zijn vijftien shop-in-shops voor nu het maximum. Het Homed-concept biedt een goed alternatief voor de winkels die geen Decorette neer kunnen zetten, maar toch op zoek zijn naar het totaalplaatje.”

Zijn waar de consument is

Je moet daar zijn waar de consument is, vindt Van Dongen. “Dit kan met een winkel of op legio andere manieren. Kijk naar onze showroom in Nieuwegein, maar ook online of op een beurs. Het maakt niet uit hoe of waar, maar een consument moet het als prettig en gemakkelijk ervaren.” Om consumenten te bedienen en te bereiken maakt Decorette gebruik van een stijltest. “We willen meer weten over de consument die bij ons koopt en daar het liefst een goed klantprofiel van hebben. Met data kunnen we personaliseren en dus beter inspelen op de behoefte van een specifieke klant. Daarbij kijken we ook naar de competenties van de verkoopteams en ondernemers. Met de klantprofielen bieden we onze ondernemers klantspecifieke informatie waarmee zij direct aan de slag kunnen. Iedere klant vraagt om een andere aanpak. Ondernemers zijn daar nu

in getraind.”

Van Dongen ziet dat het gedrag van de consument is veranderd.
“De consument zegt: jij hoeft mij niet op te zoeken, ik zoek jou wel op. Wij willen zijn waar de consument is en met pushen alleen ga je het niet redden. Met tien winkels draaien we nu een test waarbij ze niet meer folderen, maar actiever met social media omgaan. Je kunt dan beter inspelen op de actualiteit, zoals het weer en je hebt geen last van het toenemend aantal nee-nee-stickers. Het verwachtingspatroon van consumenten ligt tegenwoordig hoog. Klanten willen wel betalen, maar dan moet het wel goed zijn. En om het tekort aan personeel op te vangen zijn we ook bezig met opleidingen.”

“In deze markt moet je snel kunnen schakelen en daarvoor hebben we het vertrouwen van onze ondernemers.” Volgens Van Dongen plust Decorette voor het vierde jaar met dubbele cijfers. “We gaan straks een 2.0 versie van onze winkel bouwen. We zijn continu met nieuwe projecten bezig, we moeten bijblijven met de consument die voortdendert.”

Samenwerking met Flinders
Om de consument zoveel mogelijk te bereiken, opende Decorette in De Woonindustrie in Nieuwegein een showroom. Vanuit die gedachte én om elkaar te versterken gaan Flinders en Decorette samenwerken. In het najaar wordt een Decorette shop-in-shop toegevoegd aan de winkel in Zaandam. “Flinders kreeg steeds meer vraag naar gordijnen en vloeren. Decorette kan aan die vraag voldoen, ook door onze landelijke dekking. Ook online bekijken we of we iets voor elkaar kunnen betekenen.”

admin