

"We voegen waarde toe in de keten"

10-09-2021 16:58



De [Hamilton Bright Group](#) werkt voor honderden A-merken en retailers in verschillende branches, waarvoor zij een volledig en geïntegreerd dienstenpakket aanbieden. Commercieel directeur Eric Verhofstad spreekt dan ook over een 'sterke moeder die achter Twin Shop Support staat'. "In Nederland werken we voor retailers en merken in de fast moving consumer goods (FMCG), consumentenelektronica, bouwmarkten in de doe-het-zelf en voor bouwgroothandels." Edwin Meppelink, directeur van Twin Shop Support: "In de doe-het-zelfbranche en bouwgroothandel worden we vaak ingehuurd om een winkel inrichtingsklaar te maken of om een update van de schappen te geven. Hamilton Bright gaat veel verder, bijvoorbeeld door mee te denken over schapoptimalisatie en merkactivatie op de winkelvloer. Klanten kunnen rekenen op volledige ontzorging, vanaf het eerste concept tot aan de praktische invulling op de winkelvloer."

Waarde toevoegen aan de keten

Hamilton Bright Group is totaalaanbieder van gespecialiseerde diensten die het proces rondom het doen van een aankoop beïnvloeden. Hiervoor biedt het bedrijf een breed portfolio aan services die afzonderlijk van elkaar aandacht krijgen. En tegelijkertijd versterken die services elkaar in een totaaloplossing voor de klant. "Zo ondersteunen we ze met het ontwikkelen, optimaliseren en analyseren van assortimenten, schappenplannen en vloerplannen. Categorymanagement is hierbij de basis, waarbij we zowel het merk als de retailer adviseren om meer commerciële kansen te benutten", legt Verhofstad uit.

Verhofstad stelt dat Hamilton Bright behoefte creëert bij de consument en merken helpt te versterken door hun resultaten te verhogen. “Neem MediaMarkt, daar leveren wij vele verkopers bij de merkshops en onze merchandise-teams zorgen wekelijks voor de juiste schapcommunicatie van de A-merken bij Albert Heijn. Of bij een verbouwing of een restyling van de winkel, in zo’n periode wil je je verkoopresultaat behouden. Met een slim schuifplan zorgen wij ervoor dat delen van de winkel kunnen blijven draaien tijdens de verbouwing. Is de verbouwing afgerond? Dan houden we een openingscampagne, inclusief de catering en de ballonnen en zorgen we voor een gastheer of gastvrouw bij de ingang. Zo’n eerste week is een totaalfeestje met onze promotors om de verkoop te stimuleren bij het schap.”

Controle van schappen

Verhofstad benadrukt het belang van data. Hij ziet bijvoorbeeld dat er nog veel onwetendheid is over het effect van marketinginspanningen. “Verschijnt de folder op dinsdag? Dan moet het schap die dag op orde zijn en het product op de juiste plek staan, inclusief de bijbehorende promotie. Wij kunnen dit controleren. Met de Smartspotter-service, kunnen we een visuele schapcheck doen, waarbij passanten in de winkel een foto van het schap of van de activatie maken. Zo weet je tegen relatief lage kosten wat er gebeurt op winkelvloerniveau. Je kunt op tijd bijsturen en je maakt resultaten bespreekbaar aan de hand van data. Wij kunnen de spil zijn om een betere samenwerking tussen retailer en leverancier te krijgen, met daarbij een betere winkelervaring voor de consument en een hogere gezamenlijke omzet.”

Weten wat het oplevert

Hamilton Bright beschikt over ervaringscijfers waarmee ze cases per branche kunnen voorrekenen. Verhofstad: “Dan heb je het bijvoorbeeld over het rendement op promotionale activiteiten, in-store of near-store. Maar we kunnen ook voorrekenen wat een andere schappostie of meer facings betekent voor de omloopsnelheid van je product(en).”

Investeren in medewerkers

“Neemt een consument de moeite om naar een winkel te komen? Dan verwacht hij of zij een goede ervaring. Zijn ze eenmaal binnen, dan start de cross-selling en up-selling. En daar zit vaak het pijnpunt, want goed personeel is schaars”, vertelt Verhofstad. “In kwalitatieve verkopers zit juist de winst. Neem bijvoorbeeld boormachines, dat is een actiegedreven markt. Daarvoor zou je juist in goed advies moeten investeren, zodat je een klant op de aanbieding binnenkrijgt en hem vervolgens actief het volgende model in de prijsrange verkoopt. Wij leveren hiervoor verkooppersteuners, waarbij hun advies merkoverstijgend kan zijn. Want juist in de doe-het-zelf-winkels heb je te maken met klanten die graag ontzorgd wil worden.” Verhofstad spreekt over ‘platonisch winkelen’. “Als een consument de moeite neemt om naar een winkel te gaan, dan wil hij een goede beleving hebben. Daarmee kun je je rendement verhogen.”

Zelf erkent Hamilton Bright ook het belang van goede medewerkers. Ze worden op de juiste manier begeleid om zo volledige focus op klanten te hebben. Het bedrijf heeft de filosofie dat team-leden continu door kunnen groeien, daarvoor wordt veel in ze geïnvesteerd. Nieuwe medewerkers zijn jonge mensen die vanuit commerciële opleidingen op de arbeidsmarkt starten. Verhofstad: “Voor onze opdrachtgevers creëren we zo een kweekvijver voor talent. Het komt ook regelmatig voor dat ze later bij een opdrachtgever in dienst treden. Dat ervaren we als een compliment en bovendien blijven we op die manier met ze verbonden. We hebben een actief ‘HB Legends’-programma, op die manier houden we deze oud-medewerkers betrokken bij ons bedrijf. Zo organiseren we jaarlijks een event, waarvoor we zowel medewerkers, oud-medewerkers en opdrachtgevers uitnodigen. Die mix van mensen is uniek.”

Over de Hamilton Bright Group

Twin Shop Support maakt onderdeel uit van de Hamilton Bright Group, een onderdeel van Advantage Smollan. Deze wereldwijde speler biedt verkoop-, marketing- en technologieoplossingen voor merkfabrikanten en retailers. De groep is actief in dertig Europese landen, waardoor partners ook Europees aanbesteden. Bij de Hamilton Bright Group werken 1.200 mensen, waarvan 800 in Nederland.

Diensten Hamilton Bright Group

- *Brand Activation: Retail events, winkel-openingen en roadshows*
- *Sales Promotie*
- *Shop-in-shop verkoopondersteuning*
- *Field Teams/Winkel Account Management*
- *Tactical Merchandising, plaatsen POS materialen*
- *Inzet van consumentengroepen om in korte tijd winkels in kaart te brengen*
- *Category Management*
- *Trainingen en Workshops*
- *Business intelligence (rapportage & data beheer)*
- *Winkelinrichting en interieurbouw*

Hamilton Bright Group, 0515.42.98.50, www.hamiltonbright.com, info@hamiltonbright.nl

Redactie