

inspiratie voor hoevewinkels

OPBOUW ASSORTIMENT

Een ruim assortiment in je winkel aanbieden is een troef. Je spreekt er meerdere klanten mee aan, je zorgt voor een grotere service en bovendien loont het op die manier nog meer de moeite om bij je langs te komen. Zeker als je winkel wat afgelegen is kan je hiermee de aantrekkelijkheid van je winkel verhogen. Bekijk weloverwogen hoe ver je hierin gaat en welke producten je aanbiedt. Onderstaande aandachtspunten helpen je op weg. Vergeet niet, het is soms een proces van trial-and-error.



win-win voor jou en de klant



- Door je assortiment uit te breiden kan je meerdere klanten aanspreken.
- Door een breder assortiment aan te bieden stijgt meestal het aankoopbedrag van de klanten wat je omzet positief beïnvloedt.
- Voor klanten loont het meer de moeite om bij je langs te komen omdat ze onmiddellijk meerdere producten kunnen aankopen. Je biedt hen ook een grotere service aan.

1. Het assortiment moet aansluiten bij de filosofie van je hoevewinkel

Als eigenaar van een hoevewinkel heb je een uitgesproken mening over welke sfeer je wil uitstralen, welk soort winkel je wil zijn en welk soort klanten je wil bereiken. Het is belangrijk dat het assortiment hierop afgestemd is. Hoe meer dit het geval is, hoe meer je inspeelt op de behoeften van je doelpubliek en hoe trouwer je klanten zullen zijn. Ga eens met je klanten in gesprek en pols hoe je nog beter kan inspelen op hun wensen.

2. Onderscheid je van de concurrenten

Een belangrijk criterium om je assortiment samen te stellen is in kaart brengen wat je kan aanbieden om je te onderscheiden van de concurrenten. Wat kan je meer of anders aanbieden? Zijn er mogelijkheden qua samenstelling van je assortiment? Zijn er unieke producten die enkel bij jou te koop zijn? Is er een bepaalde service die je aanbiedt? Is er iets speciaal aan de verpakking van een product? Dit kunnen allemaal redenen zijn voor je klant om bij jou terug te komen.

3. Houd je assortiment actueel en blijf optimaliseren

Je assortiment moet aansluiten bij de actuele behoeften van de klant. Deze behoeften veranderen o.a. door maatschappelijke ontwikkelingen, trends,... Het is daarom belangrijk om op regelmatig tijdstip te evalueren of je aanbod nog steeds voldoet aan de wensen van je klant en of er nieuwe kansen liggen.

4. Stem je kern- en randassortiment op elkaar af

- Het kernassortiment bestaat uit producten waarvoor een klant naar jouw winkel komt. De consument weet dat jij die producten verkoopt en komt hiervoor specifiek naar jou. Je kan dit assortiment uitbreiden met extra producten (=randassortiment). Hierdoor bied je de klant een extra service aan wat de winkelervaring positief beïnvloedt. Het aankoopgedrag zal gemiddeld hoger liggen.
- Zorg voor een verwantschap tussen de producten van je kernassortiment en je randassortiment. We hebben het dan bv. over consumptieverwantschap (=komen ten goede aan de behoefte van één klant, bv bio), productverwantschap (= meerdere producten vertonen soortgelijke overeenkomsten, bv lokaal geproduceerd) of koopverwantschap (=manier waarop een consument een product aankoopt).
- Aarzel niet om nieuwe producten uit te testen. Zo nodig je klanten uit om iets nieuws te ontdekken. Start met een kleine voorraad. Dan is het geen ramp als een product toch niet blijkt te verkopen.

5. Een breder assortiment brengt kosten met zich mee

Wil je een ruim assortiment aanbieden in je winkel, dan zal je ook een groter koopvolume moeten realiseren om de extra kosten te dekken die aan dit groter assortiment verbonden zijn. Denk aan extra schapruimte, voorraadoppervlakte, inkoop,... Ook loop je het risico dat je met onverkochte of overkoopbare producten blijft zitten. Wil je het verhaal van de producten kunnen brengen aan je klanten, dan zal dit wat extra tijd vragen. Een aantal zaken om rekening mee te houden dus.

6. Meten is weten

- Probeer minstens één keer per jaar de verkoopcijfers van de verschillende producten die je aanbiedt in kaart te brengen. Wanneer je dit elk jaar doet krijg je een goed beeld van de levenscyclus van je producten. Is er groei waarneembaar of neemt de verkoop net af? Op basis van deze cijfers kan je beslissen om slecht renderende producten uit je gamma te halen. Hierdoor creëer je extra middelen en ruimte om andere producten uit te proberen.
- Informeer eens bij de leverancier van je kassa of je er verkoopcijfers kan uit exporteren. Het vergt discipline om het er uit te halen, maar het loont zeker de moeite.



Deze publicatie kadert in het PDPO-project Farmer Business +, gerealiseerd met steun van het Europees Landbouwfonds voor Plattelandsontwikkeling.