

veel marge op zit, hangen vaak op ooghoogte. "Dat is in de fietsretail niet anders", legt Van Acqioij uit. "Mensen weten dat vaak al, bewust of onbewust. Als jouw schap ook zo is opgebouwd, zullen consumenten sneller het gewenste product kunnen vinden, wat het plezier in het winkelen verhoogt."

Meepakkers bij kassa

Het doel van de hele exercitie van het schappenplan is uiteraard meer omzet behalen. "Als mensen snel het juiste product vinden, is het ook handig dat ze gestimuleerd worden om iets extra's te kopen. Nog net even die leuke fietsbel meepikken of dat onderhoudsproduct. Presenteer dat dus ook op een opvallende plek in het schap of bij de kassa. Mensen staan daar best vaak te wachten omdat ze op een reparatie wachten of dat er overleg is met een personeelslid. Als dan hun oog op die leuke fietsbel valt, hoeven ze niet lang na te denken om die ook even mee te pakken. Het gaat hier dan vooral om producten die niet veel kosten. Denk aan reflectie, fietslampjes, onderhoudsmiddelen, dat soort zaken."

Veel meer omzet uit accessoires

Heeft de ondernemer zijn schappenplan op orde, dan legt hem dat geen windeieren, zegt Van Acqioij. "Op basis van wat ik in andere branches gezien heb, valt er een omzetstijging te behalen tot maar liefst 50 procent. Dat verschilt uiteraard per branche en of de ondernemer er echt werk van maakt. In de mobiele telefoonbranche bijvoorbeeld, een best jonge branche nog, zie ik dat soort cijfers voorbij komen. Alleen al door telefoonaccessoires niet op merk te presenteren maar op toesteltype, is er meteen veel meer duidelijkheid voor de



Kastenpresentatie van Kruitbosch.



Te veel keuze leidt tot keuzestress.

TIPS EN VALKUILEN

- Chaos schrikt af. Zorg bij je schappenplan voor duidelijkheid, overzicht en een leuke uitstraling. De kleuren geel en rood zorgen dat een product extra voordelig lijkt.
- Betrek het personeel bij het plan. Zij moeten immers zorgen dat alles netjes blijft.
- Presenteer niet alleen op categorie, maar zorg er ook voor dat er niet te veel producten hangen.
- Hang producten niet te dicht bij elkaar.
- Producten met hoge marge moeten op ooghoogte hangen.
- Zorg dat 'meepakkers' op een opvallende plek in het schap of bij de kassa liggen.

consument. De omzet vliegt dan omhoog." In de fietsretail kan ook veel verbeterd worden, denkt Van Acqioij. "Zorg voor overzicht, duidelijkheid. Anders lopen mensen weg. Het besef van het effect van een goed schappenplan is er naar mijn gevoel bij veel ondernemers niet. De focus ligt veelal op reparatie en de fietsen zelf. Accessoires zijn vaak een bijzaak. En dat is jammer, want er valt heel veel meer uit te halen."

Een goed schappenplan kan een ondernemer

zelf maken. "Elke ondernemer heeft zelf goed in de smiezen welke klanten bij hem binnenkomen. Als zijn leveranciers hem dan een handje helpen bij het opzetten van de basis, kan dat een mooi begin zijn van extra omzet."

Van Acqioij geeft aan dat het personeel wel bij de plannen betrokken moet worden: "Het is belangrijk dat ook het personeel weet hoe de producten gepresenteerd moeten worden. Anders is het binnen de kortste keren weer een rommeltje en ben je terug bij af."