

Juiste inrichting = hogere winkelomzet

Een boerderijwinkel kan het nettoresultaat van een agrarisch bedrijf behoorlijk laten stijgen. Maar de omzet en het rendement kunnen soms omhoog. En daarvoor is de inrichting van de winkel belangrijker dan vaak wordt gedacht. "Een restyling verhoogt de omzet met gemiddeld 10 procent."

HENK TEN HAVE

De layout van je boerderijwinkel is belangrijker dan je denkt, schrijven onderzoekers van Wageningen Universiteit en Researchcentrum in de eind vorig jaar verschenen brochure 'De ideale boerderijwinkel'. De inrichting kan het verschil zijn tussen krappe en ruime marges aan het eind van de maand. Theo Rooijackers, verkoopadviseur bij Buitenkans Advies in Venhorst, beaamt dat ten volle. "Een restyling verhoogt de omzet van een boerderijwinkel met gemiddeld 10 procent", zegt Rooijackers. Hij was jarenlang werkzaam in de supermarktwereid en adviseert nu ondernemers bij het opzetten en exploiteren van een boerderijwinkel. Consumenten waarderen boerderijwinkels, weet Rooijackers, maar de professionalisering en modernisering van de winkels laten soms (te) lang op zich wachten, vindt hij. "Het gaat nog niet zo slecht", zeggen ondernemers met een boerderijwinkel vaak. En: 'ik kan het nu nog behappen zonder personeel'. Personeel kost inderdaad geld, maar het kan ook veel opleveren: je kunt er een betere winkel door krijgen met een beter rendement." Een betere winkel is volgens Rooijackers goed vindbaar en heeft een frisse en open uitstraling. Het assortiment hangt af van wat voor consument je in de winkel krijgt of wilt. "De huidige consumenten waarderen een boerderijwinkel waar ze combinaties

van producten kunnen kopen. Dus naast kaas ook een dipje en noten. Combinaties kunnen zorgen voor een leuk verdienmodel." Voor een frisse en open uitstraling let je op de indeling, het materiaal van wanden, vloer, plafond en meubels, de kleurstelling, maar vooral de producten zelf. Rooijackers: "De producten zelf moeten het doen."

Hoog snuffelgehalte

In de brochure van Wageningen UR staan aandachtspunten voor de inrichting van een boerderijwinkel. We nemen een aantal van deze punten door met Rooijackers. 'Zorg voor een route in de winkel', meldt de brochure. 'Een klant heeft beperkte energie, zorg ervoor dat ze hun energie niet kwijtraakt met het zoeken naar een route, maar creëer een natuurlijk pad, het liefst rechtsom, langs alle hoeken van de winkel. Ook in de verkoopkasten en indeling van producten zelf moet een logische route zitten'. Rooijackers is het daarmee eens. "Vooral als je een compleet assortiment aanbiedt, is een route in de winkel belangrijk. Het stimuleert ook impuls aankopen." Het aantal impuls aankopen wordt ook vergroot naarmate de klanten langer in de winkel blijven. Een tweede aandachtspunt is dan ook: 'Probeer je klanten zolang mogelijk in je winkel te houden. Zorg daarom voor objecten op/ naast het pad die even verrassen: leuke aan-

Verlichting

"Verlichting is een onderschatte factor", zegt Olaf Heinen van Le Perron in Zwolle in de brochure van Wageningen UR. "Verlichting heeft een grote invloed op hoe klanten het aanbod waarnemen en beleven. Bezuinig daar niet op en schakel zo nodig een gespecialiseerd bedrijf in voor advies. Een uitgekende belichting van je winkel kan méér doen voor je omzet dan een dure marketingcampagne."



Kassa en weegschaal

Ondernemers met een boerderijwinkel zijn niet bang om te investeren in moderne kassa's en weegschalen, vertelt Jurgen de Ridder van De Ridder & Den Hertog, leverancier van kassasystemen en weegschalen. "Ook deze ondernemers weten dat ze wat kunnen verdienen met cijfers."

Volgens De Ridder zijn er grofweg drie mogelijkheden wat kassa en weegschaal betreft: een makkelijke kassa en een weegschaal los van elkaar, een kassa en een weegschaal ineen of een compleet geautomatiseerd systeem. In het compleet geautomatiseerde systeem is een pinautomaat geïntegreerd, bij de andere twee is die aan te koppelen.

Met de huidige kassasystemen zijn ook etiketten te maken met prijs en ingrediëntendeclaratie. Verder maakt kassasoftware artikelenbeheer, facturatie, actieprijzen, financiële rapporten, schapkaartjes en voorraadbeheer mogelijk.



FOTO: SHUTTERSTOCK

Geen 'knusse' inrichting

Wageningen UR deed in 2015 een online consumentenonderzoek onder ruim tweehonderd burgers die regelmatig producten kopen in een boerderijwinkel. Daaruit komen ook verwachtingen rond de winkelinrichting naar voren. Mensen willen beleven dat ze op een boerderij zijn als ze naar een boerderijwinkel gaan. Dus ze willen iets van de productieprocessen, gewassen, dieren en het boerenleven zien rond de winkel. Veel van de ondervraagde klanten vinden dat de boerderijwinkel er van buiten aantrekkelijk uitziet en dat de bewegwijzering vanaf de hoofdweg naar de winkel goed is. Veel mensen willen niet dat de boerderijwinkel op een supermarkt lijkt en ook een 'knusse' of onordelijke inrichting worden weinig gewaardeerd.

biedingen, nieuwe producten of iets om te proeven." "Het snuffelgehalte moet hoog zijn", zegt Rooijackers. "Maar ook informatie geven of een gesprekje aangaan, zorgen ervoor dat de klant langer in de winkel blijft."

Als men in de winkel informatie wil ontvangen, dan gaat dat volgens Wageningen UR in de eerste plaats over de herkomst van een product, gevolgd door aanbiedingen. Daarnaast waardeert de klant het als hij informatie krijgt over de voedingswaarde van producten, de duurzaamheid en over het gekozen ras/soort. Het verhaal van de boer zelf scoort ook relatief hoog.

Waar komt de kassa?

De plek voor de kassa is ook een aandachtspunt bij de inrichting van de boerderijwinkel. Een natuurlijke plek voor de kassa is aan het eind van het winkelpad (route) zoals dat in de winkel is aangebracht. Dus als klanten graag naar rechts gaan bij de ingang en een

rondje lopen, dan kom je automatisch links van de ingang uit voor de kassa. Bovendien kun je vanaf die locatie binnenkomende klanten hartelijk ontvangen.

De kassa is tevens een plek voor impuls-aankopen. De onderzoekers van Wageningen UR adviseren om de muur achter de kassa en de kassa-unit zelf te gebruiken om impulsartikelen en zogenaamde 'stockitems' aan te bieden. Stockitems zijn producten die we altijd nodig hebben en zonder nadenken kopen. Omdat je hier direct contact hebt met de klant kun je ook aan upselling doen: een uitgebreider product of pakket verkopen dan de klant oorspronkelijk van plan was om mee te nemen.

Met pin betalen

De meeste klanten van boerderijwinkels stellen duidelijke prijskaartjes op prijs en dat er met pin kan worden betaald. "Als de klant met pin kan betalen, wordt hij niet beperkt in zijn aankopen. De mogelijkheid om te

pinnen zorgt voor gemiddeld 10 procent meer omzet", zegt Rooijackers. Een pina-apparaat is volgens hem niet duur meer en kan ook worden geleast. Bij storings van het apparaat is er meestal goede ondersteuning.

Boerenspecialzaak

Theo Rooijackers ziet veel toekomst in de boerderijwinkels. "Over tien jaar heeft bijna elk dorp een boerenspecialzaak", verwacht hij. "Die nemen de plekken in van de buurtsupers; die verdwijnen langzaam uit de dorpen omdat ze de concurrentie met de grotere supermarkten in de regio niet meer aankunnen. De boerenspecialzaak levert een compleet versassortiment en daarnaast delicatessen als streekproducten, chocolade en noten. Voor de grote boodschappen, de kruidenierswaren, kunnen mensen eenmaal per week naar de supermarkt 10 kilometer verderop."

Gemeenten zullen het agrarische bedrijven

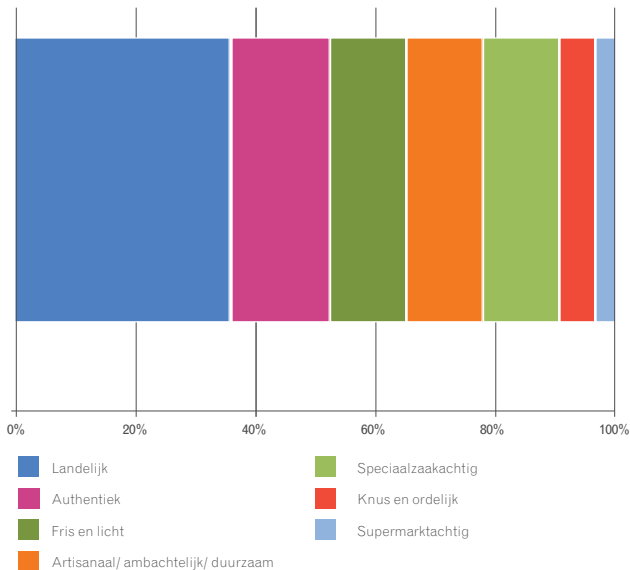
die een winkel willen beginnen veel makkelijker maken, denkt Rooijackers, ook vanwege de sociale functie die ze kunnen hebben. Regels gaan deels overboord. Hij noemt als voorbeeld de Brabantse gemeente Sint

Winkel met een compleet versassortiment

Anthonis: die maakte begin januari bekend dat boeren een winkel mogen inrichten van maximaal 200 vierkante meter. Het assortiment in die winkel mag bestaan uit producten die op de boerderij zelf geproduceerd zijn, maar er mogen ook andere boerderij- en streekproducten worden verkocht. ☺

Figuur 1

Over het interieur van een boerderijwinkel geven de meeste klanten de volgende trefwoorden aan als belangrijk:



BRON: BROCHURE 'DE IDEALE BOERDERIJWINKEL', WAGENINGEN UR.

Figuur 2



BRON: BROCHURE 'DE IDEALE BOERDERIJWINKEL', WAGENINGEN UR.

Dit is een plattegrond van Landwinkel Nieuw Slagmaat in Bunnik. Er is een duidelijke route rechtsom. Verse producten liggen in houten kisten, en er staan houten stellingkasten. Bijzonder is het concept van de afreken tafel. Er is geen kassa, er wordt afgerekend met portemonnee en pen en papier. Dat geeft een heel persoonlijk klantcontact, dat erg wordt gewaardeerd door de vaste klanten. Maar het kost ook tijd, en soms worden er rekenfouten gemaakt. De meeste klanten vinden wachten geen probleem. Omdat een kassa ook managementinformatie oplevert over omzet en productgroepen, heeft deze aanpak ook nadelen.