

KLANTEN GOED BEDIENEN ÉN GELD VERDIENEN

In het rapport 'Nieuwe tijden, anders verdienen', geven we aan dat fietsenwinkels zich moeten afvragen waar in de winkel het geld mee verdiend wordt. Frank Witjes en zijn team hebben dat duidelijk gedaan. Zij hebben nadrukkelijk nagedacht over het vergroten van de winstgevendheid van verkoop nieuw, verkoop gebruikt en after sales.

Wij zijn met name te spreken over het logistieke concept. Door zijn assortiment zorgvuldig samen te stellen en goede afspraken te maken met

fabrikanten, kan Witjes werken met een lage voorraad. Door de verwachtingen van de klant goed te managen, is men niet teleurgesteld

als het af en toe wat

langer duurt voor de fiets wordt afgeleverd. Op deze manier kan je een hoge omloopsnelheid realiseren en daarmee een hoog rendement.

Met het rijklaarmaakcentrum, waar ook de gebruikte fietsen worden hersteld, slaat Frank Witjes verschillende vliegen in een klap. Hier kan ongestoord gewerkt worden aan het ontvangen en rijklaarmaken van nieuwe en gebruikte fietsen.

Met (hopelijk) een hogere productiviteit, minder fouten, een hogere omzet gebruikte fietsen en een lager vermogensbeslag als klinkende resultaten. Ook de toegenomen aandacht voor accessoires en de keuze voor schappenplannen van slechts twee hoofdleveranciers zijn uitstekend. En alhoewel Frank Witjes allergisch lijkt voor reclame, is hij volop bezig de markt te bewerken.

Toch zijn er ook een paar aandachtspunten. Het belangrijkste punt is de website. De website straalt wel 'service' uit, maar

geeft de consument niet direct een idee van het soort winkel en het assortiment. Dat is een gemiste kans, omdat ook de gemakconsumers waar Witjes zich op richt zich in toenemende mate op internet oriënteren. Als je 'Witjes Groessen' intypt in Google, dan vindt je de winkel met de slogan 'het hele jaar fietsplezier'. Dat is natuurlijk prima. Dat fietsplezier vind je echter niet terug op de website. In het vergroten van de fietsbeleving van de website kan dus nog een slag gemaakt worden.

Wij zijn erg benieuwd naar het succes én rendement van de servicecenters. De visie erachter is in ieder geval goed: de werkplaats moet gewoon winst opleveren!



Rob Meijer



Ube van der Ham