

Heeft u die nog in maat 36?

Mijn bloedmooie vrouw van Aziatische origine vroeg of ze dat ene jurkje in maat 36 nog hadden. Je kent ze ongetwijfeld, dat soort klanten. Ze willen dat ene jurkje, terwijl de hele winkel vol ligt met hele mooie andere jurkjes in maat 36. Tonnen aan voorraad. De vriendelijke verkoopster bood hetzelfde jurkje in een andere kleur aan. Een prachtig alternatief, maar nee hoor, mevrouw wil dat ene jurkje...

Uit een Amerikaans onderzoek blijkt dat 59 procent van de verloren verkopen door gebrek aan voorraad komt. Mijn vrouw is niet Amerikaans, maar vertoont het zelfde consumentengedrag. Ikzelf natuurlijk ook, hoewel het mij als man met maat 52 nooit om jurkjes van maat 36 te doen is.

Voor een winkelier zijn die 'nee verkopen' vervelend, maar voor het modemerkt niet minder. Want uit hetzelfde onderzoek blijkt dat 43,7 procent van de respondenten het product helemaal niet meer koopt als het in de bezochte winkel niet voorradig is. "Ach," verzucht mijn vrouw als we buiten staan met het adres van een ander filiaal in de hand, "eigenlijk had ik al een klein zwart jurkje, laat maar zitten..." Uiteindelijk zijn er drie mensen een

beetje teleurgesteld, of misschien wel vier. De winkelier ziet de potentiële euro's naar buiten lopen. Het modemerkt zou veel meer kunnen verkopen als exact het juiste jurkje op de juiste plek zou hangen. Mijn vrouw zou oneindig veel blijer zijn als ze dat ene jurkje als jachttrofee mee had kunnen nemen. En uiteindelijk word ook ik extra verliefd als ik mijn Oosterse prinses met stralende ogen en een gevulde *shopping bag* zie rondhuppelen.

Wat zou het toch mooi zijn als zij direct in de winkel het jurkje zou kunnen bestellen. Gewoon, omdat het nog op voorraad is bij het modemerkt. Bijvoorbeeld met een handig iPad scherm-pje in de winkel. Enthousiast de winkel verlaten en een paar dagen later wéér een geluksmomentje omdat de postbode een 'cadeautje' bezorgt.

En hoe gelukkig zou de winkelier zijn. Omdat hij in zijn webshop de voorraad van de leverancier op een mooie manier kan laten zien. Zodat

hij online, via een mobieltje in de hand van de klant of via een handige iPad op de winkelvloer, jurkjes kan verkopen die zij niet, maar de groothandel wél op voorraad heeft.

En hoe hard zal het modemerkt of de leverancier genieten van de omzetting en een snellere doorloop van de artikelen die ze nog op voorraad heeft?

Al dit geluk is binnen handbereik. Slechts een beetje transparantie tussen leverancier en winkelier. En een webshop die ook goed werkt op een mobieltje én een iPad in de winkel.

Mijn vrouw zou veel blijer zijn als ze dat ene jurkje als jachttrofee mee had kunnen nemen.

Michel Willems
Mede-oprichter van One Stop
Webshop
*One Stop Webshop bouwt webshops,
mobiele shops en Facebookshops.*



one stop webshop