Breng het ambacht terug op de winkelvloer

Markus Konings is managing director en eigenaar van Sandenburg Concept Creation

Het lijkt wel alsof foodretailers als enige sector het ambacht hebben omarmd. Zelf ben ik van mening dat ook andere retailers ermee aan de slag kunnen gaan. Het nieuwe boek 'Masters of Craft – Old jobs in the New Urban Economy' van Richard E. Ocejo heeft mij aan het denken gezet over hoe bepalend de wereld van ambachten is voor de ontwikkeling van de arbeidsmarkt en retailsector.

In mijn vakgebied als conceptontwikkelaar merk ik steeds vaker dat mensen andere verwachtingen hebben van retail. Ze willen graag een ervaring die gedenkwaardig is, wat leidt tot een bewuste keuze voor winkels die een echt ambacht bieden. Consumenten verwachten steeds vaker van producten dat ze een duidelijke herkomst hebben, en als het even kan gepersonaliseerd kunnen worden. Het winkelinterieur moet echtheid uitstralen door bijvoorbeeld het proces van begin- tot eindproduct te laten zien. Dit bij elkaar bepaalt de meerwaarde van het concept in de ogen van de consument.

Een nieuw inzicht dat het boek mij gaf is hoe groot de uitdaging is om ambacht onderdeel te maken van de dagelijkse operatie. Echt ambacht is handwerk; dat kost tijd en vraagt veel aandacht. Daar lopen veel retailers met hun efficiënte manier van werken op stuk. Je ziet steeds meer foodretailers die zich focussen op het laten zien van ambacht op de winkelvloer om zo nog meer mensen naar hun winkels te trekken en het bonbedrag te verhogen.

We zijn er trots op dat we eraan hebben bijgedragen dat de regionale supermarktketen Jan Linders succesvol en relevant blijft in de toekomst. Met het concept 'De keuken van Jan Linders' spelen ze in op de vraag naar ambacht. Jan Linders plaatst in hun 59 vestigingen de keuken letterlijk centraal zodat klanten zien hoe producten bereid worden. Ook Jumbo speelt slim in op de verwachtingen, door in het gemaksconcept Jumbo City ambachtelijk bereide en verse producten van La Place aan te bieden.

Mijn overtuiging is dat deze ambachtelijke strategie ook goed valt in te passen bij retailers die in de basis geen foodproducten verkopen. Fashionretailers kunnen ook ambacht gebruiken als strategische keuze. Laat bijvoorbeeld jeans personaliseren of bied de consument de mogelijkheid om het denimproduct af te stemmen op zijn persoonlijke stijlvoorkeuren. Bij Nudie Jeans op de Hartenstraat in Amsterdam kan de consument in de Nudie Jeans Repair Shop zijn spijkerbroek gratis laten herstellen.

Retailers hoeven echt niet zelf het ambacht in huis te borgen als het botst met hun processen. Ze kunnen ook een samenwerking aangaan met een intrinsiek ambachtelijk bedrijf. Bij Landmarkt Amsterdam, waar wij tekenen voor het totaalconcept, wordt samengewerkt met lokale producenten die op de winkelvloer hun ambacht presenteren. Half maart is de winkel uitgebreid met 350m2 aan ambachtelijke beleving. De visboer, traiteur en koks zorgen voor een echt landelijk boerenmarktgevoel die je verwacht bij Landmarkt. Deze ervaring draagt bij aan de echtheid van het verhaal. Het terugbrengen van het ambacht in retail draagt naast beleving bij aan een hogere conversie en meer omzet.

Reacties: konings@sandenburg.com