



Ruud Koops voor zijn Primaera-winkel op winkelcentrum Kanaleneiland in Utrecht.



Winkelleigenaar Ruud Koops met twee van zijn medewerkers achter de TNT Post-balie.

Groeikansen moet je benutten

# Grotere winkel en TNT Post-balie zorgen voor dynamiek

**Ruuds Koops** van Primaera Kanaleneiland kreeg zoveel vraag van klanten naar producten die hij niet kon bieden, dat hij op zoek ging naar een **nieuw pand** in hetzelfde winkelcentrum in Utrecht. Toen concurrent Bruna stopte, greep hij zijn kans en verhuisde naar een ruim **tweënhalf keer zo grote winkel**, dertig meter verderop. Zijn omzet en het aantal klanten zijn inmiddels fors gestegen.

door **Muriël Kleisterlee**

“**O**ns oude pand was gewoon te klein”, vertelt eigenaar Ruud Koops die de winkel met zijn vrouw runt. Toen hij in september 2005 een Primaera-winkel begon, nam hij een winkel over die half leeg stond en een beetje verpauperd was. “In eerste instantie denk je dan: hoe krijg ik mijn winkel van tachtig vierkante meter vol? Na een jaar heb je meer producten dan je ruimte hebt om te presenteren. Dat proces gaat door en na drie, vier jaar moet je klanten te-leurstellen.”

Koops wilde groeien en kansen benutten. “Je wilt je consumenten kunnen blijven bedienen, is het niet in de lengte dan wel in de breedte.” De bijbehorende risico’s, durfde hij wel aan. “Je moet een grote investering doen als je in één keer naar een bijna drie keer zo groot pand gaat. Maar je gaat ervan uit dat je het goed hebt uitgerekend en een verantwoorde beslissing neemt.”

**STRATEGISCH DENKEN** | Koops wist vanaf het begin dat hij er een TNT Post-punt bij wilde hebben. Toen hij van de verhuurder hoorde dat concurrent Bruna zou stoppen, terwijl hij ook al wist dat het postkantoor op winkelcentrum Kanaleneiland de deuren zou sluiten, wist hij wat hem te doen stond. “Dat was het moment dat wij dachten: nu moeten we de stap maken, anders zijn we te laat. Vervolgens zijn we samen met Primaera gaan kijken naar de mogelijkheden. Als alle puzzelstukken eenmaal in elkaar vallen, is de voorbereiding van een verhuizing binnen drie maanden geregeld.”

**ASSORTIMENTSKEUZE** | Aan de hand van de 225 vierkante meter die de nieuwe winkel meet, adviseerden de projectmedewerkers van Primaera over het samen te stellen assortiment. Koops: “Dat voorstel pas je dan aan aan de vraag van je klanten en je eigen winkelervaring. De

assortimentsbepaling nam maar een paar dagen in beslag.” Primaera heeft voor elke artikelgroep een aantal leveranciers. “Je kijkt vooral wie het best op maat levert voor een winkel die eigenlijk nog moet beginnen. Als je al precies weet dat je van een bepaald artikel vijfhonderd stuks per week verkoopt, kun je kijken naar de goedkoopste leverancier. Maar zolang je nog niet precies weet wat je verkoopt, kijk je naar een meer algemene leverancier. Doordat we het postkantoor erbij kregen, hadden we ook verzendmateriaal nodig. Verhaak paste daar heel goed in.”

Koops breidde het aantal wenskaartenmolens uit van zeven naar negentien. Het aantal meter everyday-kaarten is hetzelfde gebleven: vier meter. “Hallmark was in onze vorige pand al de vaste leverancier. Er zijn een paar wenskaartenleveranciers bijgekomen. Ook hierbij houd je weer de prijsopbouw in de gaten, alle

“Je wilt je consumenten kunnen blijven bedienen.”

segmenten van goedkoop naar luxe, alle genres, kaarten met en zonder tekst, niet alleen maar fun, maar zorgen dat je ook het serieuze segment aanbiedt.”

Als het gaat om kantoorartikelen heeft Primera Kanaleneiland nu veel meer keuze. Koops: “Eerst had ik niet meer dan een pen, een blocnote en een envelop. Nu hebben we een volwaardige afdeling.” Voor boeken geldt ongeveer hetzelfde: “In de oude winkel hadden we een top 20, nu hebben we ongeveer 2.000 tot 2.500 boeken staan.”

Het aantal tijdschriften is verdubbeld: “We hebben er nu bijna duizend. Wat je goed verkoopt, ga je uitbreiden. Dus als de damesbladen goed lopen, breid je die uit en ga je niet opeens veel meer herentitels toevoegen. Aan de hand van de retouren bepaalt de leverancier welke titels hij blijft leveren en welke hij vervangt.”



De ingang van Primera Kanaleneiland in Utrecht.

**TNT POST PUNT** | Daarnaast kreeg Koops te maken met de producten van TNT Post. De postbalie, in de grootst mogelijke vorm, is uiteindelijk in oktober 2010 in Koops' winkel gerealiseerd. “Het gaat verder dan een postzegel verkopen. Je moet kentekens kunnen overzetten, chauffeurspassen kunnen invoeren en uitreiken. De eerste twee dagen na de opening van onze TNT-balie hebben we een medewerker van TNT gehad die ons bijstond. Het is handig om tijdelijk ie-



Een straatnaambord herinnert aan de opening van het pand van Primera Kanaleneiland.

mand in je winkel te hebben die helemaal bekend is met het systeem en alles nog eens uit kan leggen. Als we nu toch iets niet weten, kunnen we bellen met de helpdesk.” Voor klanten is het ook even wennen. “De diensten zijn hetzelfde maar toch hebben mensen het idee dat het opeens allemaal anders werkt. Het heeft ook te maken met vertrouwen.”

**PERSONEELSUITBREIDING** | In de oude winkel hadden Koops en zijn vrouw twee medewerkers in dienst, nu hebben ze er zes. Dat vergt een andere bedrijfsvoering. “Wat wij merken aan personeel is dat ze soms een beetje onderschatten wat er allemaal komt kijken bij het werken in een kantoorvakboekwinkel. Ze zien de sigaretten en de kassa en denken: dat is wel te doen. Maar eer je alle tabaksoorten, alle tijdschriften, alle boeken en alle



Het assortiment boeken is na de verhuizing vele malen groter geworden. Er zijn nu 2.000 tot 2.500 titels.

kantoorartikelen kunt onderscheiden en weet waarvoor het is, ben je een hele poos verder. En dan moet je er ook nog advies over kunnen geven. Dat leer je niet van de ene op de andere dag. Het is vooral doen, doen, doen.”

Een gerichte basisopleiding is een goed startpunt, daarom heeft Koops zich aangemeld als **“Je moet kansen grijpen.”** zelfstandigen die hier hun post brengen, meteen een pak printerpapier meenemen. Als je het compleet zijn blijft nastreven, kun je altijd blijven groeien.”

**MEER KLANTEN** | Hoewel Koops veel had gedaan om zijn klanten op de verhuizing te wijzen, waren sommigen zijn winkel toch een tijdje kwijt, terwijl hij maar één dag gesloten is geweest. Momenteel hebben alle oude klanten de Primera weer teruggevonden en heeft Koops er flink wat nieuwe klanten bij. “In een multiculturele wijk als Kanaleneiland krijg je tal van nationaliteiten aan je toonbank. Wij

vinden dat erg leuk. We hebben nu veel meer klanten die uitgebreid geadviseerd willen worden. In onze oude winkel deden klanten vooral doelgerichte aankopen. Soms gaat het dan om dezelfde consument. De ene dag kopen ze gehaast een pakje sigaretten, maar de volgende dag lopen ze wel twintig minuten in je winkel rond op zoek naar iets anders.”

Uiteraard is de omzet van Primera Kanaleneiland gestegen. De winkeluitbreiding is naar verwachting verlopen. Koops schrijft een deel van zijn succes toe aan Primera. “Binnen iedere winkelgrootte en voor iedere doelgroep weet Primera maatwerk te leveren binnen dezelfde formule.”

Ook over het TNT-punt is Koops erg tevreden. “Sommige ondernemers zeggen: het brengt wel meer traffic mee maar ook een hele hoop gezeur, begin er niet aan.



Een tafel met gunstig geprijsde en afgeprijsde boeken.

Maar ik vind het perfect. Een postkantoor maakt je winkel nog completer en je voorziet hiermee nog beter in de behoeften van je klanten. En dat je daar meer ruimte en personeel voor nodig hebt, dat hoort er gewoon bij. Ik houd wel van een beetje dynamiek. Je ziet ook dat kleine zelfstandigen die hier hun post brengen, meteen een pak printerpapier meenemen. Als je het compleet zijn blijft nastreven, kun je altijd blijven groeien.”



Een klant bekijkt Victorian Gifts.