

MEER OMZET DOOR KLEINER ASSORTIMENT

Mens, durf te kiezen*

*Vrij naar Dirk Witte's lied Mensch, durf te leven, geschreven in 2017. Sindsdien uitgevoerd door talloze artiesten, van Jean-Louis Pisuisse tot Wende Snijders.



Linda Baronyan
en zoon Arek

De omzet van Linda Baronyan's juwelierszaak in Hoevelaken daalde al een aantal jaren. Een workshop van de FGZ zette haar op het spoor van de oplossingen. Sindsdien zit haar omzet weer in een stijgende lijn.

Door: Wilmie Geurtjens — Foto's: Maurits van Hout



“Dat er iets moest gebeuren was me duidelijk. Ik zag mijn omzet al een hele tijd dalen, met tien tot zelfs twintig procent per jaar. Ik kocht minder in, er was nog voorraad. Klanten vertelden dat ze modemerken steeds vaker via internet kochten, omdat het sneller ging dan een bestelling bij mij. Heel goed dat ze daar zo open over waren. En toch gooide ik de merken er niet resoluut uit, ik liet het thema sudderen. Tot ik in 2015 die workshop aangekondigd zag. ‘Hoe laat is het bij u?’ heette hij. Ik was meteen enthousiast. Het was maar één dagdeel tijdens de Voorjaarsbeurs, maar ik kreeg er precies het duwtje in de rug dat ik nodig had.

“Ze bedoelden letterlijk dat ik de hoeveelheid merken moest verminderen”

MINDER MERKEN

Workshopleiders Rens de Boer en Paul Nijland hadden voor elke deelnemer op maat gesneden adviezen. Mij adviseerden ze: Durf te kiezen! Ze bedoelden letterlijk dat ik de hoeveelheid merken moest verminderen, omdat ik in een kleine winkel als de mijne nu eenmaal geen grote aantallen merken breed kan neerzetten. Diep van binnen wist ik dat al. Alleen vond ik het nog moeilijk. Het is vertrouwd ten slotte. Na de workshop dacht ik: ‘Het is goed zo. Ik ga van een aantal merken wél afscheid nemen.’ Opeens stond ik veel zelfverzekerder in de winkel, want ik had een plan. Het was een geleidelijk proces. Nu, drie jaar later, heb ik nog maar twee sieradenmerken, in plaats van tien.

TIJDLOZE HORLOGEMODELLEN

Met de horloges heb ik hetzelfde gedaan. Ik ben geen uurwerkmaker. Mijn concullega in het dorp is dat wel, dus daarvoor kunnen mensen veel beter bij hem terecht. Tijdens een rigoureuze uitverkoop ging het grootste deel van mijn horlogevoorraad met vijftig procent korting de deur uit. Wat overbleef is een kleine collectie tijdloze modellen. Het resultaat: al na vier maanden had ik 14% meer omzet, en tot de dag van vandaag blijft dat een stijgende lijn. Batterijen vervangen doe ik overigens nog wel. Die service vinden klanten in zo'n klein dorp als Hoevelaken fijn.

EIGEN COLLECTIE

Een ander, heel belangrijk advies, was om te gaan benadrukken dat mijn zaak een grote collectie in eigen atelier gemaakte sieraden, juwelen en trouwringen voert. Zelf ben ik juwelier, maar mijn man Berç is een goudsmid en zetter die ontzettend veel kan. Hij en onze jongste zoon Arek hebben zich bovendien bekwaamd in 3D-tekenen, het maken van giet- en printmodellen in was en het gebruik van drie- en vierassige frezen. Zelfs Berç, met al zijn jaren ervaring, was verbaasd over de mogelijkheden van die technieken en de perfectie van het resultaat. Onze oudste zoon Aram is microscopisch diamantzetter. Alles in de winkel met goud, diamanten en kleurstenen is door die drie gemaakt. Het is misschien een ouderwets soort bescheidenheid dat ik daar zo weinig ruchtbaarheid aan gaf.

NIEUW VAN OUD

Bij mensen die oud goud willen verkopen doe ik nu veel vaker de suggestie om er iets nieuws van te laten maken. Vaak hebben ze zelf nog helemaal niet aan die mogelijkheid gedacht. De keuze van stenen heb ik gemakkelijker gemaakt met een mapje vol voorbeeldslijpvormen en prijzen van diamanten. Klanten weten dan precies waarvoor ze kiezen. Met hetzelfde doel heb ik geïnvesteerd in een collectie mooie stenen als opaal en lapis lazuli. Soms hebben mensen zelf een edelsteen meegebracht uit bijvoorbeeld Sri Lanka. Berç en de jongens kunnen er altijd iets bijzonders van maken. Met renders, een digitale afbeelding van een ontwerp, kan ik tonen hoe zo'n sieraad er uit gaat zien. Als klanten willen kunnen er dan ook nog wijzigingen in worden aangebracht.” Linda lacht: “En dat willen ze vaak.”

ANDERE KLANTEN

“Deze winkel is een belangrijk deel van mijn leven. Om het vol te kunnen houden moet ik mezelf kunnen zijn. Als mensen heel erg op hun strepen staan, bijvoorbeeld als ik door drukte eens wat later terugbel dan ik had toegezegd, passen ze uitdrukkelijk níet bij me. Door de veranderde aanpak ben ik een aantal klanten kwijtgeraakt, maar ik heb nieuwe gekregen die gemiddeld meer uitgeven. Mensen die zelf vaak wat artistiek of creatief zijn en iets durven laten maken. Het zijn uiteindelijk de klanten die bij me passen.”

REGIONALE FUNCTIE

Een tip waar ik nog niet veel mee gedaan heb ik het inzetten van social media. Terwijl ik merk dat ik daardoor al meer een regionale functie krijg. Mensen rijden echt om voor mijn aanbod. Ik realiseer me terdege dat het genereren van bekendheid geen sluitpost van mijn werk is, maar een vanzelfsprekend deel ervan. Tot nu helpt mijn schoondochter me met Facebook. Ik heb me voorgenomen om zelf online vaardiger te worden door er elke dag structureel een half uur aan te besteden. Stapje voor stapje, één social medium tegelijk.

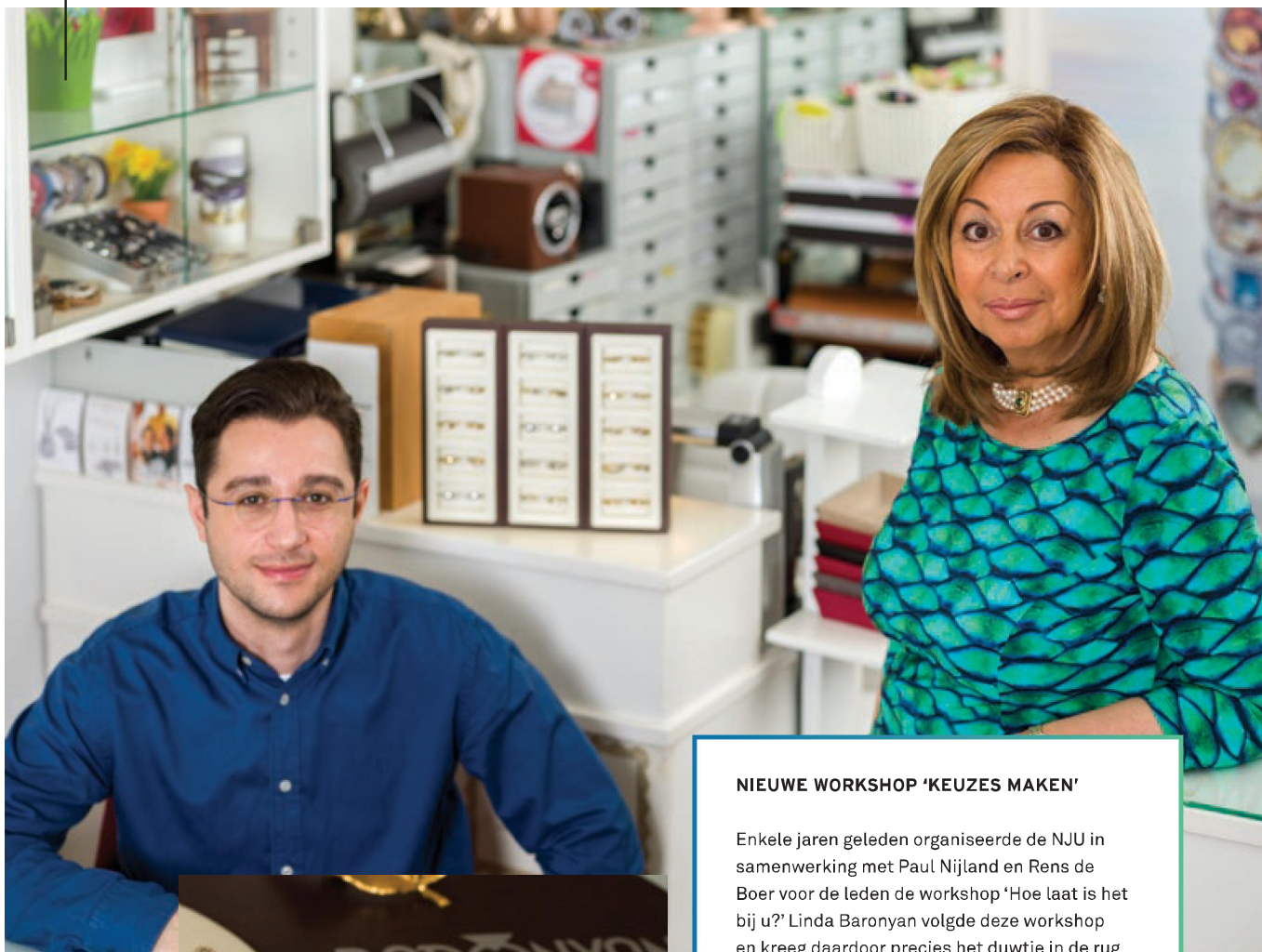
“Ik heb mijn vak weer terug.”

VAK TERUG

Door alle adviezen van Paul en Rens door te voeren is mijn vak weer leuker geworden. Ik haal niet alleen een bedeltje uit een doosje, ik doe meer dan een foldertje meegeven. Ik kan weer iets uitleggen. Aan klanten het kwaliteitsverschil laten zien tussen handwerk en massaproduct. Aandacht en service geven. Ik heb mijn vak weer terug.”

WWW.HOFJEVANBARONYAN.COM

Linda Baronyan
en zoon Arek



NIEUWE WORKSHOP 'KEUZES MAKEN'

Enkele jaren geleden organiseerde de NJU in samenwerking met Paul Nijland en Rens de Boer voor de leden de workshop 'Hoe laat is het bij u?' Linda Baronyan volgde deze workshop en kreeg daardoor precies het duwtje in de rug dat ze nodig had. Paul en Rens willen graag nogmaals een dergelijke - gratis - workshop verzorgen voor de leden van de NJU en de VGZ.

Wilt u ontdekken welke klant u het meest succesvol maakt? Ontdekken of de keuzes die u maakt daar 100% bij aansluiten? Hoe u tot een optimaal winkelconcept komt? Laat het ons weten door middel van een telefoontje of een e-mailtje. Wij gaan vervolgens samen met Paul en Rens kijken of en wanneer zij u via een nieuwe workshop kunnen leren hoe u de juiste keuzes voor een gezonde toekomst kunt maken.

Wij zien uw reactie graag tegemoet!

Bel of mail ons: (070) 386 77 77 of
federatie@fgz.nl

Drie modellen uit
het eigen atelier
van de familie
Baronyan

