

## Salesmotto van

# Bart van den Nieuwenhof

Bart van den Nieuwenhof is zeker geen onbekende van de SMA. Twee jaar achter elkaar won hij namens Hunkemöller én La Place de prestigieuze SMA Piet Heyn Award. Een unieke prestatie op basis van een mooi verhaal over het zakendoen in de detailhandel. Voor de SMA reden genoeg om Bart te vragen naar zijn persoonlijke salesmotto: 'simplify, systemise, succeed'. En het verhaal daarachter. "De retail is een zeer uitdagende en fascinerende branche. De organisaties die erin acteren zijn groot in personeelsomvang en divers, maar kennen ook een snelle in- en uitloop van mensen. Deze grote bedrijven hebben bovendien een naam hoog te houden. Alle neuzen moeten dezelfde kant op staan om het bedrijf succesvol te maken. Dat betekent dat alle medewerkers zich 'de spirit' van de organisatie zo snel mogelijk eigen moeten maken.

**"Succeed' heeft in mijn ogen vooral te maken met mentaliteit en de drive om door te zetten."**

### Simplify en systemise

Je kan mensen alleen goed inwerken, als je in staat bent de werkprotocollen eenvoudig te houden. Iedereen moet ze namelijk in korte tijd begrijpen, omarmen en eigen kunnen maken. Bij Hunkemöller bijvoorbeeld hadden we complexe salesprocessen teruggebracht naar vijf gouden regels. We legden daarnaast uit waarom we bepaalde keuzes hebben gemaakt. Hierdoor creëer je vertrouwen en draagvlak, maar het vergroot ook het kennisniveau van mensen, brengt plezier in het werk én leidt er uiteindelijk toe dat medewerkers ambassadeur van jouw bedrijf worden. Dat is bij La Place niet anders. Mede dankzij duidelijke communicatie en goede richtlijnen weet iedereen in ons bedrijf altijd de juiste snaar te raken bij de consument. Daarnaast hebben we eenvoudig gezocht in de 'systematiek' van het werk. Bij La Place is het voor iedereen duidelijk, van restaurantmanager tot oproepkracht, wat er van hen wordt verwacht. Going forward is het motto en iedereen weet waarom dat zo is. Zo komen we met het MT twee keer per week bij elkaar om het beleid, het

resultaat en de voortgang te bespreken. Eén van onze voordelen is dat wij dagelijks met grote aantallen consumenten in contact zijn. Die geven dagelijks hun feedback en als organisatie moeten wij in staat zijn om daarvan te leren. En direct op landelijk niveau veranderingen door te voeren. Dat kan alleen als je SMART denkt en handelt.

**"Omdat we blijven werken aan het creëren van kleine successen, ligt het grote succes zeker in het verschiet."**

### Succeed

Onder de vleugels van Jumbo krijgen we de ruimte om heel hard te groeien. Dat is fantastisch. 'Succeed' heeft in mijn ogen vooral te maken met mentaliteit en de drive om door te zetten. Ondanks, of wellicht zelfs dankzij, de moeilijke periode die we hebben meegemaakt, is La Place een veerkrachtig en succesvol bedrijf gebleken. Omdat we blijven werken aan het creëren van kleine successen, ligt het grote succes zeker in het verschiet. Uiteraard moet de basis dan wel in orde zijn. Daarbij komt dat je mensen ook persoonlijk succes moet gunnen. Iedereen vindt het fijn om na een lange dag thuis te komen en te kunnen vertellen dat je op een of andere manier hebt bijgedragen aan het succes van je organisatie."



 **La PLACE**