



Samenwerking in winkelgebieden

Waarom en hoe?

Samenwerking tussen ondernemers, pandeigenaren, de gemeente en soms zelfs bewoners is een absolute must om te overleven in het omgewoelde winkellandschap. Alleen samen ontwikkel je een **sterk merk** waardoor je winkelgebied positiever ervaren wordt en men jouw onvermijdelijke foutjes vergeeft. Als **gastvrijheid overal** wordt ervaren en wanneer je via **alle** kanalen en wegen makkelijk **vindbaar** bent komen de bezoekers graag terug. Door **slimme afstemming** gaan promotie en gebeurtenissen elkaar versterken.

Toch gaat die noodzakelijke samenwerking in de praktijk zelden vanzelf, zelfs nu nog. Als individuele ondernemer kom je om in het werk. En samen werken betekent soms inleveren op je vrijheid om je eigen ideeën te volgen op het moment dat het jouw uitkomt, terwijl de resultaten van samenwerking vaak "pas" morgen blijken. Hoe krijg je dan toch samenwerking op de rails? En hoe hou je het aan de gang?

1) Organisatie

Samenwerken gaat echt niet zonder overleg. Minimum is een werkgroep waar de belangrijkste partijen de hoofdzaken agenderen, organiseren en stimuleren: vastgoed, gastvrijheid, winkel- en horeca aanbod, activiteiten en promotie.

- Zorg voor strak overleg: een zinvolle agenda, een haalbare afsprakenlijst.
- Regel een financiële basis in de vorm van een ondernemersfonds.
- Formuleer een paar aansprekende speerpunten.
- Communiceer actief naar ondernemers, eigenaren, gemeente en burgers via social media, een nieuwsbrief, persberichten en gesprekken.
- Vier alle successen en leg uit waar de offers goed voor waren.
- Verwar effectieve samenwerking niet met een paar keer per jaar bestuurlijk overleg.
- Laat je gevoel voor humor niet thuis.

2) Visie

Een reële ambitie met uitvoeringsstrategie is een noodzakelijke basis voor resultaten. Fijn als die er al is en anders snel aan de slag ermee.

- Maak duidelijke keuzes. Dat doen bezoekers en klanten immers ook.
- Investeer in goed advies, net zoals je voor een goede diagnose een dokter vraagt.
- Vermijd ambtelijk taalgebruik wat ongelezen in de la verdwijnt.

3) Iedereen aan de bak

Georganiseerd overleg is essentieel, maar de inbreng van ondernemers wordt in de praktijk door 10 hooguit 15 mensen geleverd. De meerderheid heeft geen tijd en geen affiniteit met vergaderen. Toch kan iedereen zijn bijdrage leveren aan de broodnodige samenwerking. Je kunt de ondernemers het volgende blijven vragen:

- Lever je individuele bijdrage aan gezamenlijke activiteiten en promotie.
- Bekijk informatie die de gemeente en de ondernemersvereniging aanbieden.
- Pas je aan aan de afgesproken openingstijden.
- Doe mee met aangeboden trainingen.
- Verwijs klanten die je niet kunt helpen door naar anderen.



En intussen haal je als individuele ondernemer natuurlijk alles uit de kast voor je eigen zaak.

Je kiest het accent van je winkel:

- een plek om producten te ervaren
- een servicecentrum
- een maatwerkplaats
- een afhaalpunt

en stemt daarop je presentatie, inrichting, promotie en organisatie af.

Je legt actief contact met je bestaande en mogelijk nieuwe klanten via social media, maar ook nog steeds via folders.

Alles in het belang van je eigen toko, maar volgens velen alleen effectief wanneer je samenwerkt met je omgeving. Tenzij je natuurlijk liever geen omgeving hebt 😊.



www.olafbusch.nl