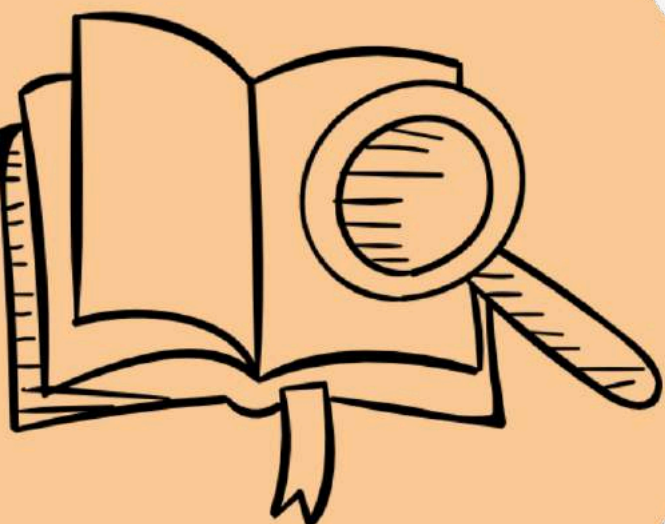


Kooplust

Jouw winkel & de coronacrisis

EEN GIDS OM JE TE HELPEN



Alsjeblieft, je download!

Het coronavirus grijpt om ons heen. De maatregelen in Nederland en België helpen hopelijk de effecten van de pandemie te beperken, maar als winkeleigenaar vraag je jezelf vast en zeker af: 'welk effect gaat dit virus op mijn winkel hebben?'

Want wat als je leveranciers geen producten meer kunnen leveren? Klanten niet meer de deur uit willen of mogen en je winkel niet meer bezoeken? Wat als medewerkers ziek worden? Of wat als je gedwongen wordt je winkel tijdelijk te sluiten?

Niemand weet op het moment van schrijven van deze gids hoe het coronavirus zich precies in Nederland en België zal ontwikkelen en welke maatregelen dit als gevolg zal hebben. Maar een ding is zeker: jezelf, je team en je winkel voorbereiden op de coronacrisis is altijd een goed idee.

Ongeacht van wat er precies gaat gebeuren, is proactief zijn en nadenken over jouw plan om in te spelen op deze situatie een slimme strategische zet. Valt de situatie rondom het virus mee, dan gebruik je misschien een of enkele tips uit deze gids. Valt de situatie tegen, dan moet je wellicht alle zeilen bijzetten en alle tips (en meer) toepassen. Hoe dan ook: het is beter een goed plan te hebben wat je niet gebruikt, dan geen plan te hebben wanneer er eentje nodig blijkt te zijn.

Hoe je dat doet, een plan maken?

In deze gids probeer ik je daarbij te helpen. Ik neem met je door hoe het coronavirus effect kan hebben op jouw winkel, en wat jij kan doen om het effect op je omzet zo veel mogelijk te beperken. Ik geef je tips rondom problemen die kunnen ontstaan in je voorraad, je team, je financiën, met je klanten (of het gebrek daaraan) en tips voor een goede hygiëne en je eigen gemoedsrust.

Zoals je wellicht begrijpt verandert de situatie rondom het virus dagelijks, en is deze gids misschien niet helemaal up-to-date op het moment dat je deze leest.

Hoe dan ook hoop ik dat je er tips uithaalt die je verder helpen. Voor meer actuele info: check de laatste tip in deze gids!

Marian Bekkers



De coronacrisis & jijzelf

'First things first'. Ofwel: eerst aandacht voor het belangrijkste. En dat ben jijzelf.

In de eerste plaats betekent dat aandacht voor je eigen fysieke gezondheid. Neem alle adviezen van de overheid met betrekking tot hygiëne en andere zaken ter harte. Adviezen voor Nederland lees je terug op de site van het RIVM (www.rivm.nl), voor België ga je naar de site van de FOD Volksgezondheid (www.info-coronavirus.be).

Leg prioriteit bij jouw eigen welzijn en dat van de mensen om je heen, want dat is waar het uiteindelijk om draait.

Daarbij komt dat wanneer je zelf ziek bent, aandacht voor allerlei andere plannen al snel (deels) vervliegt. Dus ook voor het welzijn van je bedrijf is je eerste verantwoordelijkheid om zo goed mogelijk voor je eigen gezondheid te zorgen.

Op de tweede plaats betekent aandacht voor jezelf ook aandacht voor je mentale gezondheid. Want laten we eerlijk zijn: een situatie als deze kan behoorlijk wat stress met zich meebrengen. Ongetwijfeld heb je jezelf in de afgelopen dagen of weken zorgen gemaakt over wat deze pandemie voor jouw bedrijf en daarmee ook jouw persoonlijke leven zal betekenen.

En alhoewel er misschien moeilijkheden op je pad gaan komen (of al zijn gekomen), zijn er ook dingen die je zelf kunt doen om het beste van deze situatie te maken.



Een van de beste manieren om stress en paniek te voorkomen, is om een plan te maken. Om een plan te maken voor wat er kan gebeuren – zelfs als dat uiteindelijk niet gebeurt. Jezelf voorbereiden is namelijk de beste actie die je kunt nemen in iedere situatie.

Je bent dus al op het goede pad door het downloaden en lezen van deze gids. Je maakt daarmee de eerste stappen op weg naar jouw persoonlijke plan.

Laat het echter niet bij het alleen lezen van deze gids: onderneem actie. Ga aan de slag met een of alle tips uit deze gids. Want wanneer je actie onderneemt, zul je jezelf sterker voelen en beter in staat zijn het hoofd te bieden aan deze stressvolle situatie.



De coronacrisis & je voorraad

Grote kans dat in ieder geval een deel van je voorraad uit gebieden komt waar het coronavirus al flink om zich heen heeft gegrepen. Fabrieken in China zijn maanden dicht geweest en ook in landen als Italië ligt alles plat.

De consequentie daarvan kan zijn dat bepaalde producten niet geleverd kunnen worden aan je winkel, dan wel dat levertijden een flinke vertraging opleveren.

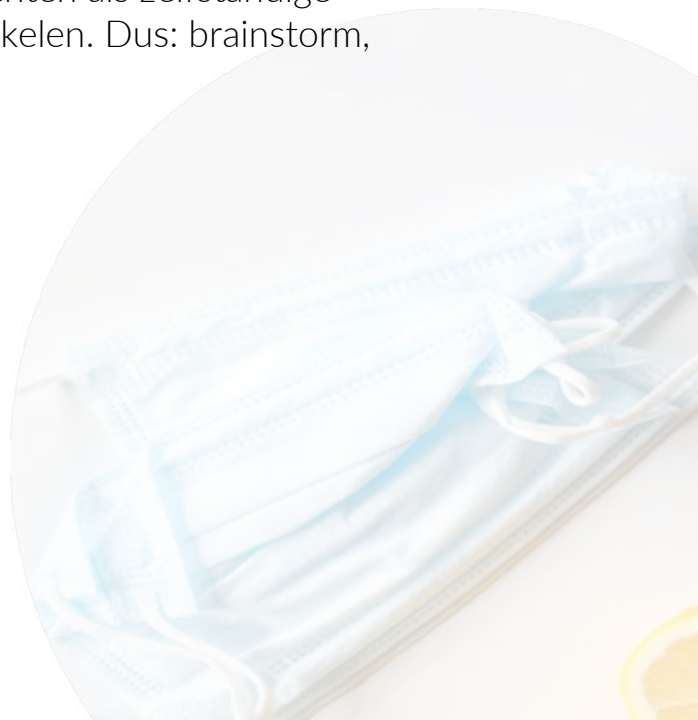
Wat kun je doen om jezelf hierop voor te bereiden? Een aantal tips.

- Zoek naar alternatieve leveranciers. Liefst die leveranciers die geen of minder effect ondervinden van productieproblemen. Meestal zullen dit leveranciers zijn die dicht bij huis produceren. Verwacht je leverproblemen bij je huidige leveranciers? Start dan nu met zoeken naar alternatieve leveranciers, zeker wanneer het gaat om leveranciers die een aantal van je bestverkopende producten leveren.
- Kijk naar wat er wel geleverd kan worden. Bij tekorten: bel je leveranciers en vraag wat ze wél kunnen leveren. Bel eventueel bevriende winkeliers, vraag waar zij nog een flinke voorraad van hebben en kijk of jullie elkaar kunnen helpen door producten van elkaar over te kopen.



- Breid je assortiment uit. Als je niet kunt verkopen wat je normaal verkoopt, is er dan een vervangend of alternatief product wat je je klanten aan kan bieden? Een situatie als deze zorgt ervoor dat klanten opeens (meer) interesse kunnen hebben in een ander type items. Denk bijvoorbeeld aan hygiëne artikelen, langer houdbare items, of producten waarmee klanten zichzelf en hun gezin binnenshuis kunnen vermaken. Denk na of zoiets past bij jouw winkel en wat je in deze situatie aan kan bieden.
- Bied meer services aan. In economisch onzekere tijden kiezen consumenten sneller voor het repareren van producten dan het vervangen van items. Kijk daarom bijvoorbeeld of je (meer uitgebreide) reparatie services kunt verzorgen voor je klanten. En zijn er misschien nog andere nieuwe services die je aan kunt bieden, om zo je omzet wat omhoog te krikken?

Het belangrijkste als het op je voorraad aankomt: wees creatief. Wat voor winkel je ook hebt, er zijn vast en zeker ideeën te vinden om je voorraad en daarmee je omzet op peil te houden. Een van je grootste krachten als zelfstandige winkelier is om snel te kunnen schakelen. Dus: brainstorm, voer uit en scherp aan!



De coronacrisis & je klanten

Een groot probleem wat het coronavirus voor je winkel met zich mee kan brengen is het gebrek aan klanten.

Eenzijds veroorzaakt door maatregelen die de overheid neemt (op het moment van schrijven zijn in Italië bijvoorbeeld vrijwel alle winkels verplicht gesloten en is het in België verboden je winkel in het weekend te openen), anderzijds doordat consumenten zelf besluiten hun bezoek aan je winkel uit te stellen. En in sommige gevallen besluit je wellicht zelf uit voorzorg je winkel te sluiten.

Gevolg: minder klanten en een dalende omzet.

Hoe ga je daar als ondernemer mee om?

Knoop allereerst in je oren: ga niet bij de pakken neer zitten. Want alhoewel je niet alles zelf in de hand hebt, kun je zeker wel zelf actief sturen op je resultaat. Hoe? Door bijvoorbeeld aan de slag te gaan met de volgende tips.

- Vertroetel de klanten die wél in je winkel komen. Zorg ervoor dat iedere klant blij is dat ze de moeite hebben genomen om naar je winkel te komen. Nu is het moment om je service naar een topniveau te brengen (want ja, zelfs al was je service al goed – het kan echt nog wel een beetje specialer en meer bijzonder).



- Bied thuislevering aan. Willen je klanten niet naar jou toe komen? Dan ga je toch naar hen toe! Bied aan producten bij klanten thuis af te leveren. En wees coulant: vraag een klein(er) bedrag aan bezorgkosten, hanteer een lage (of lagere) minimale bestelwaarde, of biedt aan producten op zicht te leveren. Je kunt in deze tijd niet genoeg service leveren, dus laat je alsjeblieft niet tegenhouden door de gedachte dat er een klant misbruik van je kan maken. (Zelfs al mocht dat gebeuren: de omzet die je door die extra service binnenhaalt compenseert die ene klant die misbruik van je maakt ruimschoots.)
- Vertrouw NIET blind op je webwinkel. Heb je een webwinkel die jouw fysieke winkel ondersteunt? Top. Maar laat het alsjeblieft niet bij een berichtje op social media waarin je aangeeft dat mensen ook online bij je kunnen bestellen. Doe meer dan dat! Ga actiever aan de slag met je marketing en zet je (web)winkel in de spotlights met de tips die je in deze gids vindt. Die extra aandacht is echt broodnodig om klanten naar je toe te blijven trekken.
- Organiseer Facebook Live sessies. Ja, voor de camera staan is misschien spannend, maar deze tijden smeken om een stukje extra inzet. Ga live op Facebook en laat je klanten zien wat er te koop is in je winkel. Breng je winkel zo naar je klanten toe als ze niet naar jou willen komen. Toon tijdens je Live sessie producten, demonstreer ze en geef uitleg en tips over jouw assortiment. Laat klanten een bestelling plaatsen via een PM of reactie, biedt aan de producten thuis af te leveren en laat klanten desnoods via een Tikkie aan je betalen. We leven in een tijd waarin het online kanaal talloze mogelijkheden biedt, maak daar - zeker in deze tijd- volop gebruik van.

- Herbekijk je evenementenagenda. Welke evenementen heb je op de agenda staan? Moet je deze wellicht annuleren om een te grote toestroom van klanten te voorkomen? Of kun je een meer creatieve oplossing verzinnen? Kijk bijvoorbeeld of je kunt werken met bepaalde tijdslots waarvoor klanten zich aan kunnen melden. Je open-deur-dag is dan bijvoorbeeld voor de ene groep klanten te bezoeken tussen 10 en 12, voor de andere groep tussen 12 en 2, enzovoorts. Zo weten zowel je klanten als jij zeker dat zij zich niet in een te grote groep mensen begeven. Maak het aanmelden voor je evenement extra aantrekkelijk door bijvoorbeeld in ruil voor een aanmelding een goodiebag beschikbaar te stellen. En een andere optie: maak van je eendaagse evenement een driedaags evenement, net zoals Bas Buitensport doet.



The image displays a green flyer on the left and a Facebook post on the right. The flyer features a circular logo with the text 'SECONDHAND' and 'SUNDAY' crossed out, accompanied by icons of a backpack, a flashlight, and a boot. Below the logo, a white box contains the event details: 'Secondhand Driedaagse!', 'Vrijdag 13 maart 10.00-21.00', 'Zaterdag 14 maart 10.00-17.00', and 'Zondag 15 maart 13.00-16.00'. The Facebook post is from 'Bas Buitensport' and explains that due to COVID-19 measures, the 'Secondhand Sunday' event is being replaced by a 'Secondhand Driedaagse' (three-day event) to limit the number of people present at once. It lists the same dates and times as the flyer and includes engagement metrics like '7 likes' and '1 comment'.



- Organiseer een cadeaubonactie. Kunnen klanten niet naar je winkel komen? Of durven ze het niet? Organiseer een actie waarbij je cadeaubonnen van je winkel verkoopt met een aantrekkelijke korting. In de periode dat je winkel niet open is of je klanten liever thuisblijven, verkoop je bijvoorbeeld cadeaubonnen met een waarde van €20 voor €15. Dit zorgt direct voor inkomsten voor je winkel, terwijl klanten niet per se naar je winkel hoeven te komen (je kan de cadeaubonnen via de post aan hen verzenden). Is je winkel weer open en/of de corona-uitbraak onder controle? Dan kunnen klanten de cadeaubon weer bij je inleveren. Maak van dat shoppingmoment iets extra speciaals: nodig de cadeaubonkopers bijvoorbeeld uit voor een exclusieve koopavond met hapjes, drankjes, een goodiebag, mooie prijzen en live muziek. Maak er een feestje van, want dat kan iedereen tegen die tijd wel gebruiken!
- Creëer speciale pakketten. Denk eens na: als je klanten een aantal weken (of zelfs maanden) jouw winkel niet kunnen bezoeken, wat zouden ze dan kunnen gebruiken? Een dierenpecialzaak kan bijvoorbeeld een voorraad hondenvoeding voor 2 maanden in een pakket aanbieden, samen met een paar speeltjes. Anderzijds kan jouw winkel misschien een geweldig pakket creëren om verveling tegen te gaan voor diegenen die wegens de omstandigheden aan huis gekluisterd zijn. Wat dacht je van een pakket van 5 romans voor de boekenliefhebber? Een breipakket met 3 nieuwe breiprojecten? Of een spelletjespakket voor gezinnen die samen iets gezelligs willen doen op de verplichte avondjes thuis?



- Zet een actie op om bepaalde groepen te steunen. Kan jouw winkel iets doen voor groepen die extra getroffen worden door het coronavirus? Eenzame ouderen of zorgpersoneel bijvoorbeeld? Het doel hierbij hoeft niet te zijn om extra omzet of klanten voor jouw winkel te genereren, maar wel om te helpen. Uiteindelijk levert ook dat een boost voor je winkel op (in de vorm van positieve reclame). Een voorbeeld van z'n actie komt van de winkel Nobel's, die klanten vroeg een koffie-to-go te doneren aan zorgpersoneel of docenten.



Nobel's
4 uur · 🌐

Wauw! Er zijn na twee uur al 61 koffie to go gedoneerd! Dankjewel Dordrecht! Deel dit bericht alsjeblieft, er kan via de webshop uit heel Nederland gedoneerd worden!

Doneer een koffie to go naar keuze aan een arts, verpleegkundige of leraar om hen te laten weten dat wij het werk wat zij doen onder deze omstandigheden des te meer waarderen!

Voor 1 euro koop je bij ons een bio espresso, koffie, cappuccino, latte machiato of thee to go voor hen, die nu heel belangrijk werk voor Nederland doen.

Je kunt doneren in onze winkels of via de webshop (www.nobelsdordrecht.nl). Wij vragen je niet om verder iets te kopen en wij laten heel graag zien hoeveel 'uitgestelde koffie' is gedoneerd en verzilverd. [#dordrecht](#) [#koffie](#) [#ode](#) [#corona](#) [#elkaarhelpen](#)

161
49 opmerkingen 38 keer gedeeld

- Bel je vaste klanten. Kijk eens wie tot de top 20% van je klanten behoort en bel deze klanten persoonlijk op (of laat een van je medewerkers bellen). Vraag of je klanten iets nodig hebben en biedt aan producten thuis af te leveren.
- Creëer online evenementen. Nu de overheid aanraadt zo min mogelijk sociale activiteiten te ondernemen, ligt verveling voor je klanten op de loer. Contact met anderen en het delen van interesses blijft iets wat mensen graag doen, ook op de momenten dat ze dat eigenlijk even niet kunnen. Kijk dus of je hier voor jouw winkel een online vertaling van kan maken. Organiseer je als kookwinkel normaal gesproken een snijtechnieken-workshop in je winkel? Waarom deze dan nu niet online organiseren? Maak er een Facebook Live sessie van (waarin je meteen een aantal van de messensets uit jouw assortiment toont). Ook een schilderworkshop, een vraag & antwoord sessie of een modeshow... het kan allemaal online. Niet alleen kan het verkoop voor je winkel creëren, wanneer het leven weer naar zijn normale ritme terugkeert heb je er vast en zeker een aantal loyale fans mee gewonnen.
- Informeer klanten welke maatregelen je winkel neemt. Plaats een bericht op social media EN verstuur een nieuwsbrief EN vertel op je winkelvloer wat jouw winkel doet om een veilige shopping omgeving voor je klanten te creëren. Je kunt niet genoeg doen om je klanten een gerust gevoel te geven. Wel een woord van waarschuwing hier: wanneer je zo'n bericht maakt, begin je verhaal dan alsjeblieft niet met het vertellen aan welke regels je klant zich moet houden ('Was alstublieft uw handen voordat u onze winkel bezoekt'). Daarmee benadruk je dat bij jou winkelen alleen maar kan als klanten strikte richtlijnen volgen, en dat creëert nou niet echt een sfeer waarin klanten graag komen shoppen. Uiteraard kunnen deze

richtlijnen wel nodig zijn, maar begin je bericht altijd met het vertellen over wat jij doet voor je klanten ('Wij wassen met regelmaat onze handen om voor u een veilige shopping omgeving te creëren') en vermeld eventuele richtlijnen voor je klanten aan het einde van je bericht. Zo geef je jouw klanten allereerst het gevoel dat hun welzijn voorop staat en jouw winkel een plek is waar ze met gerust hart naartoe kunnen gaan. Een goed voorbeeld is onderstaand bericht van Bouclé Hommes et Femmes.

 **Bouclé Hommes et Femmes** 12 uur · 

Het volgende kun je van ons verwachten m.b.t. het coronavirus:

- De winkel is open tijdens de reguliere openingstijden.
 - Medewerkers met eventuele ziekte symptomen of verkoudheid blijven thuis.
 - We letten extra op hygiëne, zoals handen wassen en schoonmaken van contactpunten (zoals pinautomaat)
- #coronavirus #hoofdomhoog #schouderseeronder #spakenburg #conceptstore #fashion #beauty #lifestyle #jewellery #boucléhommesetfemmes



 28

1 opmerking 4 keer gedeeld

- Vraag hulp aan je klanten. Bevind je jezelf in een nijpende situatie? Ga met de billen bloot. Vertel je klanten welk effect het coronavirus op je winkel heeft en vraag hen aan jouw winkel te denken wanneer ze een aankoop doen. Is dat spannend? Ja. Maar vergeet niet dat in een situatie als deze mensen vaak meer dan bereid zijn om te helpen. Het zou je zomaar kunnen verbazen hoeveel klanten er opeens op je stoep staan. Neem een voorbeeld aan hoe Belle Mamzelle het aanpakte (om het volledige bericht te lezen, ga naar www.bellemamzelle.be).

Belle Mamzelle 15 uur · 🌐

<https://www.bellemamzelle.be/.../vanuit-mn-hart-kunnen-wij-r.../>



RFI | FMAM7FI | F RF

Vanuit m'n hart... Kunnen wij rekenen op jullie solidariteit en steun aub? | Belle Mamzelle - Lier

👍👍👍 75 21 opmerkingen 38 keer gedeeld

👍 Leuk 🗨️ Opmerking plaatsen ➦ Delen 👤

Meest relevant ▾

 Schrijf een opmerking...

 **Topfan**
Inge De Clercq Zo eerlijk en waar... knap! 😊
We blijven je graag steunen Barbara! 🍀🙏 2
Leuk · Beantwoorden · 13u

 **Auteur**
Belle Mamzelle Inge De Clercq
Waarvoor oprechte dank Inge! Het is altijd weer fijn om klanten als jij over de vloer te krijgen!
Leuk · Beantwoorden · 11u

 **Tania De Bie** Hey Barbara, mooi geschreven!! Moest meteen aan jouw denken bij het horen van het nieuws en ik kom zeker langs als we weer mogen in de weekends! Heb zelfs even getwijfeld om deze NM vrijaf te nemen om te komen shoppen... 'k laat je niet in de steek!! 🍀
dikke knuffel!!
Leuk · Beantwoorden · 11u

VANUIT M'N HART... KUNNEN WIJ REKENEN OP JULLIE SOLIDARITEIT EN STEUN AUB?

13 MAART 2020

Liefste klanten,

Onze dochter Maud voelde het vorige week al aan haar theewater en maakte zich samen met mij al serieuze zorgen... Deze coronacrisis komt niet goed. Ik wil zelf niet te pessimistisch zijn, maar wel realistisch. België vaart dezelfde koers als Italië... We moeten daar geen doekjes om winden. Alles zit in een stroomversnelling, dat was gisteren al heel goed te voelen... Klanten blijven weg, de omzet keldert (behalve in de supermarkten dan ;-)). Ik voorzie dan ook dat ik binnenkort noodgedwongen Belle Mamzelle (hopelijk tijdelijk) zal moeten sluiten. Met enorme spijt, onwetendheid, zorgen aan m'n hoofd en de handen in het haar...

- Laat van jezelf horen! Nu is niet het moment om stilletjes in een hoekje te gaan zitten en maar af te wachten tot deze storm overwaait. Verstuur je nieuwsbrief VAKER. Plaats MEER berichten op social media. Bel je klanten NOG EENS. Laat weten dat jouw winkel er nog is, dat je je klanten wil helpen en dat je om hen geeft.

Wat je ook doet of je te wachten staat: onderneem actie om klanten naar je winkel toe te trekken. Besluit jij zelf om uit voorzorg je winkel te sluiten? Neemt de overheid die beslissing voor je? Blijft je winkel open maar zie je een vermindering in het aantal klanten? Ga aan de slag met de tips die je zojuist doornam.

Meerdere ideeën uit deze gids kun je uitvoeren zelfs wanneer de deuren van je winkel helemaal gesloten zijn, alleen maar door slim en op een low-budget manier gebruik te maken van het online kanaal. Doe dat ook alsjeblieft. Vind alternatieve manieren om omzet binnen te halen, zodat je voor jezelf en de mensen om je heen de best mogelijke situatie creëert.



De coronacrisis & je team

Werk je samen met een team van medewerkers, dan kan het coronavirus ook op dat deel van je onderneming invloed hebben.

Denk bijvoorbeeld aan medewerkers die ziek worden, maar ook medewerkers die niet durven te komen uit angst geïnfecteerd te raken door klanten, of medewerkers die opeens moeten zorgen voor opvang van kinderen.

In dit deel van deze gids vind je een aantal vragen en antwoorden rondom het omgaan met je team in deze uitdagende periode.

- Wat als een medewerker zich ziekmeldt en aangeeft misschien het coronavirus onder de leden te hebben? Check de meest actuele richtlijnen van het RIVM in Nederland (www.rivm.nl), of de FOD volksgezondheid in België (www.info-coronavirus.be). Laat je medewerker indien de richtlijnen dit aangeven contact opnemen met de huisarts. Wacht het oordeel van de huisarts af voordat je verdere stappen neemt. Neem wel eventuele andere stappen die je bij een reguliere ziekmelding ook neemt, zoals het doorgeven van de ziekmelding bij de arbodienst.



- Wat als een medewerker tijdens werkuren ziekteverschijnselen vertoont? Stuur iemand die verkoudheids- of griepklachten vertoont direct naar huis. Check de meest actuele richtlijnen van het RIVM in Nederland (www.rivm.nl), of de FOD volksgezondheid in België (www.info-coronavirus.be). Laat je medewerker indien de richtlijnen dit aangeven contact opnemen met de huisarts. Wacht het oordeel van de huisarts af voordat je verdere stappen neemt. Neem wel eventuele andere stappen die je bij een reguliere ziekmelding ook neemt, zoals het doorgeven van de ziekmelding bij de arbodienst.
- Als een medewerker positief wordt getest op het coronavirus, welke acties moeten jij en/of de rest van je team dan nemen? Check de meest actuele richtlijnen van het RIVM in Nederland (www.rivm.nl), of de FOD volksgezondheid in België (www.info-coronavirus.be). Het is vooralsnog niet nodig je winkel te sluiten of teamleden naar huis te sturen als zij geen ziekteverschijnselen vertonen.
- Wat als een medewerker niet wil komen werken uit angst voor het coronavirus? Als je medewerker geen ziekteverschijnselen vertoont, kan hij of zij zich niet ziekmelden. Ga het gesprek met je medewerker aan, leg uit wat de actuele risico's zijn (check hiervoor www.rivm.nl in Nederland en www.info-coronavirus.be in België) en wat je doet om deze risico's zoveel mogelijk te beperken. Vraag je medewerker om toch te komen werken, of probeer waar mogelijk en gewenst tot een compromis te komen. Mocht het bijvoorbeeld rustig zijn op je winkelvloer, kan het wellicht ook voor jou interessant zijn je medewerker onbetaald verlof op te laten nemen. Een andere optie is je



medewerker (deels) thuis laten werken. Laat hem of haar bijvoorbeeld klanten bellen, je social media kanalen bijhouden of op zoek gaan naar alternatieve leveranciers wanneer je voorraad extra aanvulling behoeft.

- Mag een medewerker thuisblijven om zijn of haar kinderen op te vangen die niet naar school of de kinderopvang kunnen? Je medewerker kan en mag gebruik maken van calamiteitenverlof (of verlof om dwingende redenen) om vervangende opvang voor de kinderen te regelen. Volgens de wet duurt het verlof een korte maar redelijke tijd om het probleem op te lossen. Overleg met je medewerker hoeveel tijd hij of zij nodig heeft. Je bent verplicht het loon tijdens dit verlof door te betalen. Uiteraard kun je waar gewenst en mogelijk afwijken van deze wettelijke regeling om het je medewerker een beetje makkelijker te maken. Kun je verdere hulp bieden in deze uitdagende periode, doe dat dan zeker.
- Hoe zorg je ervoor dat je team gemotiveerd blijft in deze periode? Allereerst: wees eerlijk en open. Deel met je team wat er gaande is, wat zij kunnen doen om te helpen en wat zij mogen verwachten van jou. Nodig je team daarnaast uit om mee te denken met je. Vraag hun hulp bij het oplossen van problemen. Leg hen bijvoorbeeld de volgende vraag voor: 'Onze bezoekersaantallen verminderen omdat mensen thuisblijven. Hoe kunnen we onze omzet op peil houden als mensen niet naar de winkel kunnen of durven komen?' Brainstorm samen met je team over zoveel mogelijk oplossingen, en voer de beste ideeën samen met hen uit. Als ze samen met jou mee mogen denken, zijn ze des te gemotiveerder om te helpen bij de uitvoer!



- Wat als er niet meer voldoende werk is voor mijn medewerkers? Kijk naar waar je team je bij kan ondersteunen. Breid het takenpakket van je medewerkers bijvoorbeeld uit. Je zal waarschijnlijk alle zeilen bij moeten zetten om zoveel mogelijk klanten naar je winkel te krijgen. Kijk dus bijvoorbeeld of medewerkers je kunnen helpen bij je marketing of het persoonlijk benaderen van klanten (zie ook de tips onder 'De coronacrisis & je klanten'). Een tweede optie is je medewerkers te vragen vrije uren of vakantiedagen op te nemen. En kijk tot slot ook naar de mogelijkheden van werktijdverkorting indien je in Nederland gevestigd bent. Wanneer er binnen je bedrijf sprake is van minimaal 20% minder werk kun je bij het Ministerie van SZW werktijdverkorting aanvragen. Dit houdt in dat je als werkgever het loon moet doorbetalen aan je medewerker, maar dat je wordt gecompenseerd door het UWV ter hoogte van de WW-uitkering. De werktijdverkorting geldt voor minimaal 2 en maximaal 24 weken, en is niet in te zetten voor oproep- of uitzendkrachten. Let op: je komt niet in aanmerking voor deze regeling wanneer de 20% werkvermindering niet veroorzaakt wordt door het coronavirus. Had je bijvoorbeeld sowieso al last van een dalende omzet, dan zal je aanvraag niet goedgekeurd worden. Het is niet makkelijk aan te tonen dat je werkvermindering door het coronavirus komt, dus overweeg voor je aanvraag of je jouw verhaal kunt onderbouwen met cijfers of ander bewijs. Dat zou bijvoorbeeld kunnen door middel van gemeten bezoekersaantallen voorafgaand aan de uitbraak aan het virus, en tijdens de uitbraak aan het virus.



Realiseer jezelf in ieder geval dit: jij en je team zitten samen in deze situatie. Probeer er samen het beste van te maken. Ook je medewerkers maken zich waarschijnlijk zorgen over hun gezondheid, hun werk en alles wat er bij deze situatie komt kijken. Steek hen dus een hart onder de riem waar je kan, ook al is het maar met een opbeurend woord, iets lekkers voor bij de koffie of een kaartje om hen te bedanken voor hun inzet in deze tijd.



De coronacrisis & je financiën

Ongetwijfeld zal het coronavirus voor veel winkels invloed hebben op de omzet. Niet alleen omdat gedurende de uitbraak van het virus klanten vaker thuis zullen blijven. Ook daarna is de kans groot dat effecten een tijdje voelbaar blijven.

Er zijn nu al sectoren die erg hard getroffen worden door het virus (denk naast de detailhandel ook aan de luchtvaart, horeca en cultuursector, die vanwege een verbod op reizen en evenementen een flinke omzetstrop mogen verwachten). Het risico van verminderde werkgelegenheid en zelfs een eventuele recessie ligt dus op de loer.

Wat kun jij daarom doen om jouw financiën in ieder geval zo goed mogelijk op orde te hebben en te houden?

- Doe zoveel mogelijk aan marketing. Een must om je omzet op peil te houden. Je kan in deze situatie niet afwachten en hopen dat klanten je vanzelf vinden. Denk buiten de gebaande paden en wees creatief in de manieren waarop je klanten naar je winkel lokt. Een situatie zoals deze is voor iedereen compleet nieuw, dus wie weet wat werkt en wat niet? Blijf proberen en blijf je winkel onder de aandacht van je klanten brengen. Bekijk voor meer tips het hoofdstuk 'De coronacrisis & je klanten' in deze gids.



- Kijk kritisch naar je kosten. Probeer waar mogelijk je onkosten te verminderen, zelfs al is het maar hier en daar een beetje. Kijk bijvoorbeeld opnieuw naar je verzekeringskosten of telefoonkosten: kan het goedkoper? Zijn er medewerkers die niet goed functioneren en waar het contract van af loopt? Nu is het moment om er afscheid van te nemen. Wees echter ook voorzichtig met het te drastisch snijden in je onkosten. Zorg dat je (nog steeds) jouw kennis en expertise -en die van je medewerkers- op peil houdt en uitbreidt. Want zowel jij als je team zullen de komende periode op de toppen van jullie kunnen moeten presteren.
- Kijk naar hulp die de overheid biedt. Zowel in Nederland als in België biedt de overheid de mogelijkheid tot een uitgestelde betalingsplicht of een afbetalingsplan voor verschillende belastingen. Ook kan de overheid in beide landen deels garant staan wanneer je een lening af wil sluiten om je te helpen in een financieel moeilijke periode die door het coronavirus wordt veroorzaakt. Voor meer info over deze regelingen en alle andere vragen over de impact van het coronavirus op jouw bedrijf kun je in Nederland terecht bij het KvK Coronaloket (www.kvk.nl/coronaloket/) en in België bij het VLAIO (www.vlaio.be/).

Onderneem in ieder geval tijdig actie om je financiën op orde te houden. Wacht niet tot het te laat is, maar maak nu direct een plan voor jezelf hoe je een dalende omzet zo goed mogelijk op kan vangen!



De coronacrisis & hygiëne

Tot slot is een goede hygiëne tijdens de coronacrisis uitermate belangrijk. Zowel voor jezelf, als je team en je klanten. Een paar tips om je hierbij te helpen.

- Was je handen. Was zelf met regelmaat met je handen, en vraag dit ook aan je team. Bied eventueel aan je klanten aan dat zij hun handen mogen wassen in je winkel. (De winkel op deze onderstaande foto maakt van de nood zelfs een deugd en nodigt op die manier klanten uit de winkel te bezoeken.)



- Maak goed schoon. Maak minimaal meerdere keren per dag de voorwerpen schoon die door veel mensen worden aangeraakt. Denk daarbij bijvoorbeeld aan je kassa, pinapparaat, handgrepen, deurklinken, telefoons en je toonbank. Maak eventueel een checklijst met wat schoongemaakt moet worden, en loop deze checklijst dagelijks na.
- Vermijd persoonlijk contact. Schud geen handen met klanten of collega's. Tevens is het advies onderling gepaste afstand te bewaren (1,5 meter). Lukt dat altijd? Waarschijnlijk niet. Maar probeer waar mogelijk hier rekening mee te houden en leg je klant uit waarom je iets meer afstand houdt.
- Vraag klanten om te pinnen. Daarmee vermijd je handcontact. Betaalt je klant toch liever contant, vraag je klant dan het geld op de toonbank te leggen. Jij of je medewerker kan het geld daarna van de toonbank oppakken, zodat handcontact vermeden wordt.

Zijn er in jouw winkel andere momenten of plekken waar normaal gesproken veel hand-tot-hand contact plaatsvindt? Kijk dan of je deze waar mogelijk tijdelijk kan verminderen. (Denk bijvoorbeeld aan het verwijderen van proefmonsters of proefproducten bij de kassa.)



Wat wordt jouw plan?

Na het lezen van de tips hoop ik dat er op zijn minst een aantal nieuwe mogelijkheden in het zicht zijn gekomen. Neem de tijd om voor jezelf te noteren met welke tips je aan de slag wil gaan, en betrek waar mogelijk je team hierbij.

Vergeet niet: door actie te ondernemen bereid je jezelf en je winkel op de best mogelijke manier voor en geef je jezelf (op zijn minst een beetje) gemoedsrust.

Vertrouw op jezelf en je eigen kwaliteiten als ondernemer. Garandeert het dat je ongeschonden uit deze coronacrisis komt? Ik kan het je niet beloven. Maar ik geloof wel dat je er de veerkracht vindt om het beste van deze situatie te maken, wat er ook gebeurt.

Zoals Bassie en Adriaan altijd verkondigden: 'wat er ook gebeurt, altijd blijven lachen'. Het kan, ook in deze onzekere tijden. Lingerie Ohlala heeft er in ieder geval al een manier voor gevonden met hun tutorial over hoe je van een oude bh een mondmasker maakt...



Blijf op de hoogte

Zoals ik aan het begin van deze gids al schreef: de situatie rondom het coronavirus verandert dagelijks. Deze gids is dus zeker niet volledig en wellicht ook niet up-to-date wanneer je deze leest.

Ik doe mijn best deze gids bij te werken met belangrijke informatie wanneer deze beschikbaar is. Dat lukt waarschijnlijk niet altijd direct, omdat ik op dit moment officieel nog met zwangerschapsverlof ben. Ik onderbreek dit met liefde om jou bij te staan en deze gids te schrijven, maar maak ook met liefde gebruik van de tijd met mijn pasgeboren zoon.

Lukt het me om een update te maken van deze gids, dan ontvang je hier vanzelf informatie over via het e-mailadres wat je op hebt gegeven toen je deze gids downloadde. Tevens ontvang je vanaf nu een wekelijkse Inspiratiemail van Kooplust met nog meer praktische tips voor je winkel, waarmee ik je hoop positieve kracht te geven om jouw winkel een boost te geven. (Wil je deze e-mails niet ontvangen, dan vind je onderaan iedere e-mail een link om jezelf af te melden. En heb je deze gids van een ander ontvangen, maar wil je de e-mail updates niet missen? Ga dan naar www.kooplust.com/corona om je e-mailadres achter te laten.)

Als laatste raad ik je ook aan de Kooplust Facebook groep op te zoeken (www.facebook.com/groups/kooplust/). In deze groep vind je andere zelfstandige winkeliers en winkelmedewerkers die je tips kunnen geven en waarmee je ervaringen uit kan wisselen. Samen staan we sterk!



Over Kooplust

Kooplust werd in 2012 opgericht door mij (Marian Bekkers, eigenaresse van Kooplust.).

Ik begon mijn carrière in retail op mijn 17e, als weekendhulp in een kledingwinkel. Na jarenlang zelf op de winkelvloer te hebben gestaan als bedrijfsleider en troubleshooter, weet ik precies waarom jij als ondernemer praktische tips nodig hebt die je geen enorme investeringen in tijd en geld kosten.

Ik ben ervan overtuigd dat er (nog steeds) ontzettend veel kansen liggen voor stenen winkels. Iedere dag help ik dan ook met ontzettend veel plezier retailers en retailmedewerkers om te groeien. Via blogs en vlogs op de website van Kooplust, maar ook via workshops en individueel advies aan winkeliers.

Weten wat Kooplust voor jouw winkel kan betekenen? Neem dan een kijkje op de website van Kooplust.

GA NAAR DE WEBSITE VAN KOOPLUST

Over dit e-book

Dit e-book valt onder het auteursrecht van Kooplust. Dat betekent dat zowel dit e-book als geheel als de teksten uit dit e-book niet zonder toestemming van Kooplust gedeeld mogen worden.