

Jouw fysieke winkel succesvol in 2026: van start tot groei – EB Results

EB Results

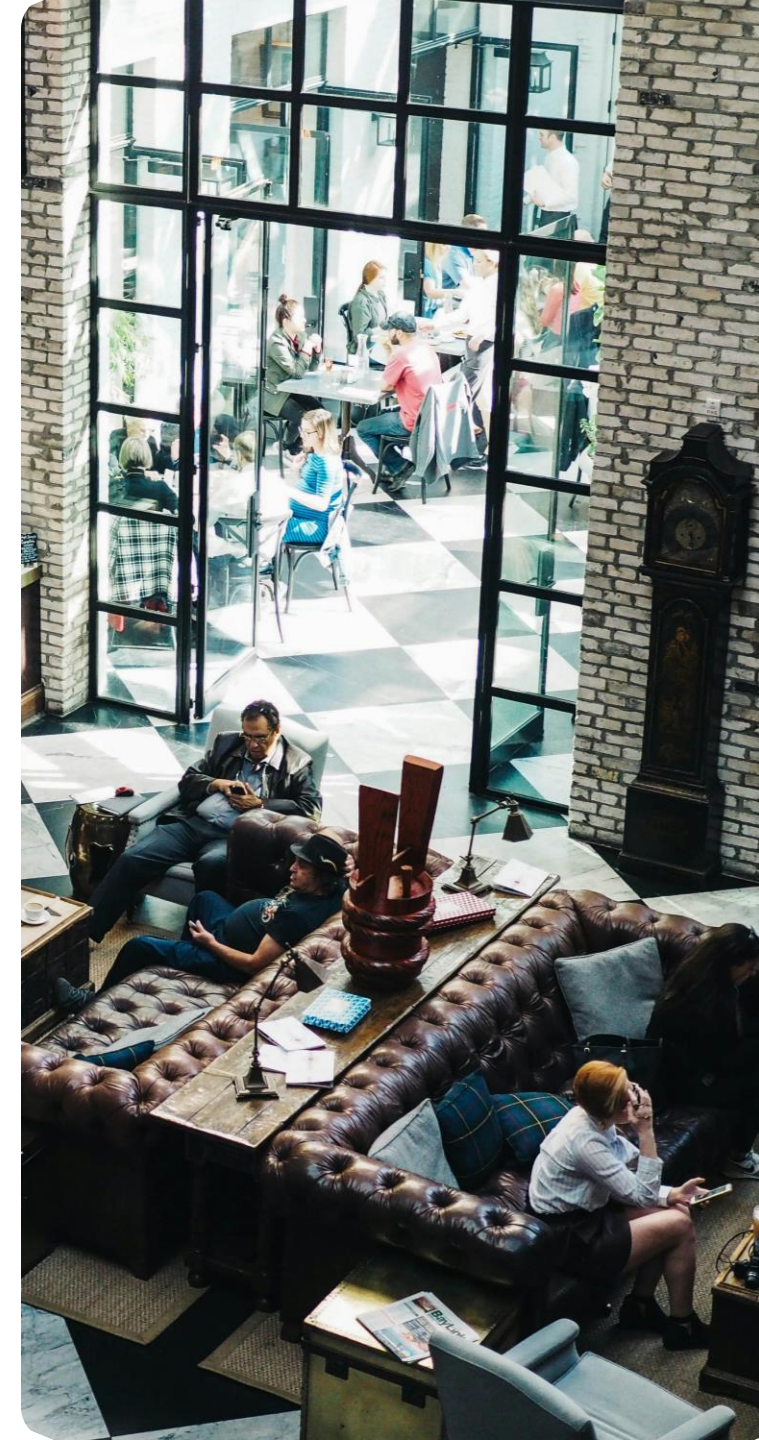
Meer klanten in je winkel zonder ingewikkelde marketing

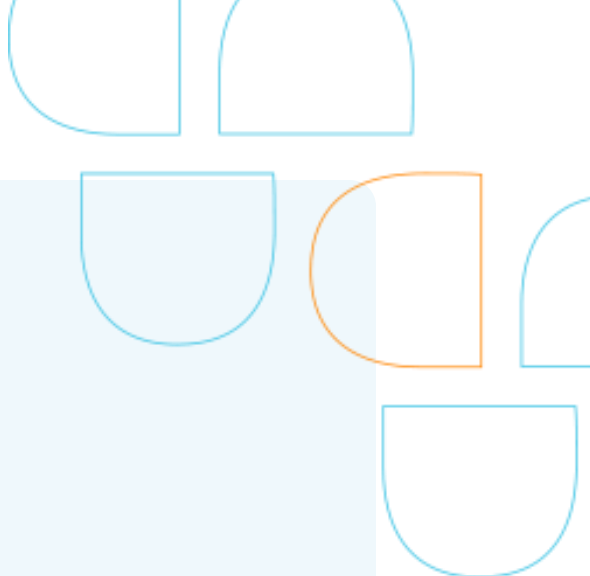
www.ebresults.nl



Inhoudsopgave

1. Opening & kennismaking
2. De Retail in 2026
3. Wie is de moderne shopper?
4. Inspiratie: wat doet Hema goed?
5. De vier uitdagingen van iedere winkelier
6. Het 4S-model van EB Results
 1. Stap 1: Scherpstellen – Begrijp je klant en je propositie
 2. Stap 2: Structureren – Boodschap en kanalen
 3. Stap 3: Stimuleren – Acties & campagne
 4. Stap 4: Sterk houden – Meten, leren en verbeteren
7. Praktische inspiratie: 21 tips om direct mee aan de slag te gaan
8. Afronding & vragen





1. Opening & Kennismaking

Wie hebben we in de zaal?

- Branche / type winkel
- Grootste uitdaging

Wat zijn de belangrijkste vragen van vandaag?

- Waar loop je tegenaan?
- Wat wil je vandaag concreet leren of meenemen?



2. De Retail in 2026

- We leven in een belevingseconomie
- Consument is verwend en snel afgeleid
- Online prikkelt, offline overtuigt
- Service en persoonlijke aandacht bepalen het verschil
- Winkels die verbinden en verrassen groeien



3. Wie is de moderne shopper?

- **Ongeduldig:** wil snelheid, duidelijkheid, gemak
- **Snel afgeleid** door social media & prikkels
- **Prijsbewust**, maar betaalt wél voor beleving
- **Kanaal-mixend:** online oriënteren, offline kopen
- **Zoekt emotie:** sfeer, aandacht en persoonlijk contact



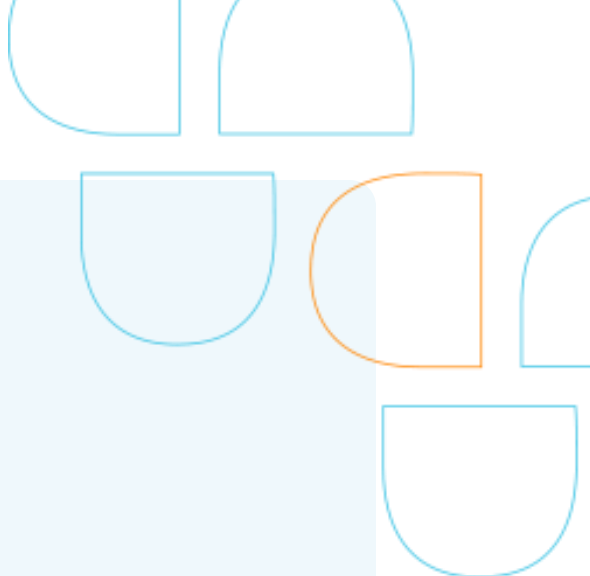
4. Inspiratie: wat doet HEMA goed?

- HEMA is weer winstgevend na jaren van verliezen
- De keten maakt een duidelijke opmars met groei in omzet én resultaat
- Ze hernieuwen het winkelmerk (frisser, consistent, heldere positionering)
- De klant staat weer centraal in assortiment, service en winkelbeleving
- Strategische keuzes worden consequent doorgevoerd onder de nieuwe leiding

HEMA bewijst dat een fysieke winkelketen kan groeien door:

- duidelijker klantbegrip
- sterke dagelijkse winkelbeleving
- slimme inzet van moderne kanalen zoals WhatsApp Broadcasting

Resultaat: van verliesgevend → terug naar een gezond, winstgevend bedrijf



5. De vier grootste uitdagingen van iedere winkelier

- 1) Klanten aantrekken en behouden
- 2) Omgaan met veranderend consumentengedrag
- 3) Kostenbeheersing
- 4) Personeel vinden, trainen en behouden

We staan kort stil bij Kostenbeheersing en Personeel.

De rest van de workshop gaat over je klant begrijpen en in de winkel krijgen (punt 1 en 2).

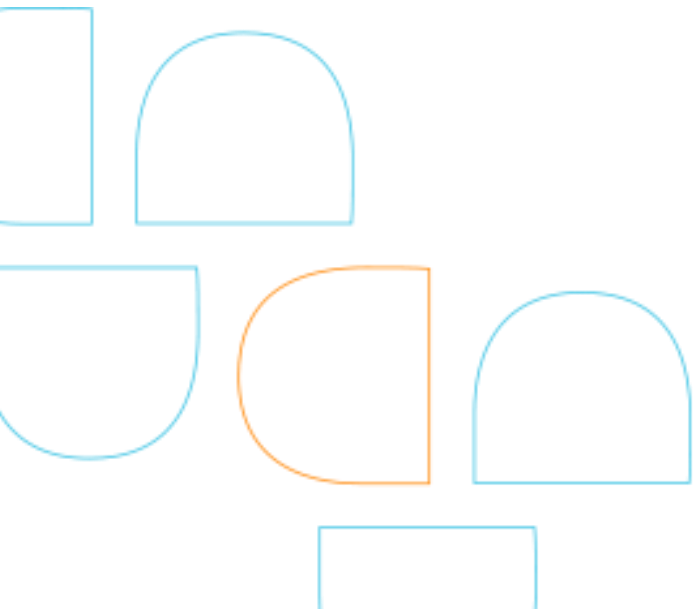
Let op: uiteindelijk is iedere succesvolle winkelier in 2026 een “marketing bedrijf”.

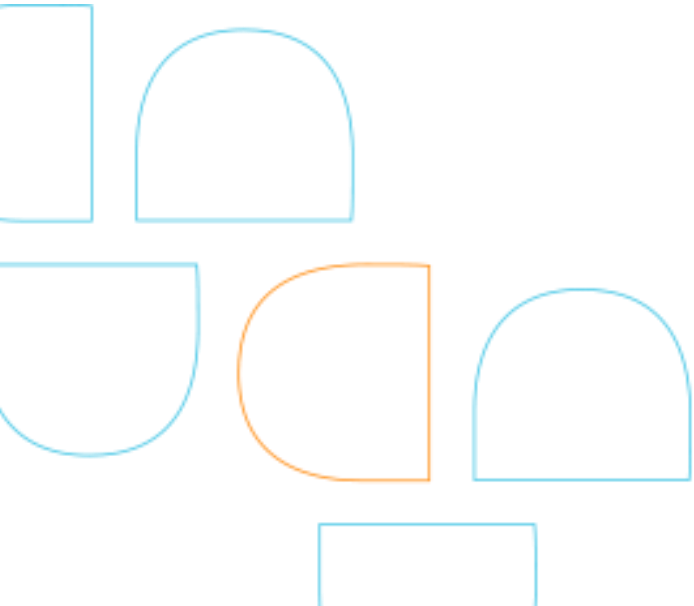


Kostenbeheersing

De belangrijkste dingen die jij op orde moet hebben:

- Een goede boekhouder of accountant
- Afspraken met verhuurder
- Voorraad inkoop en beheer





Personeel

1. Werving

- Gebruik meerdere kanalen
- Houd vacatures aantrekkelijk en duidelijk

2. Training

- Werk met een vast inwerkprogramma
- Zorg dat je personeel weet wat je van ze verwacht

3. Roosteren

- Gebruik roostersoftware
- Plan sterk personeel op piekuren

4. Motivatie

- Geef regelmatig feedback
- Vier kleine successen

5. Kostenbeheersing

- Voorkom overuren
 - Gebruik flexibele inzet bij drukte
- 

De 3 pijlers voor winkels

Zichtbaarheid

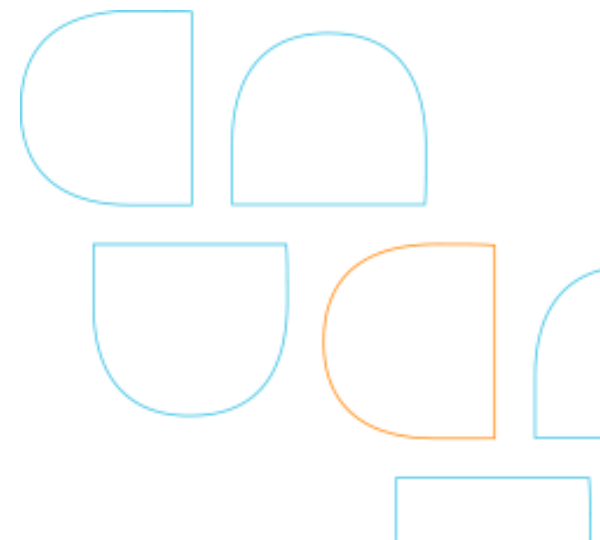
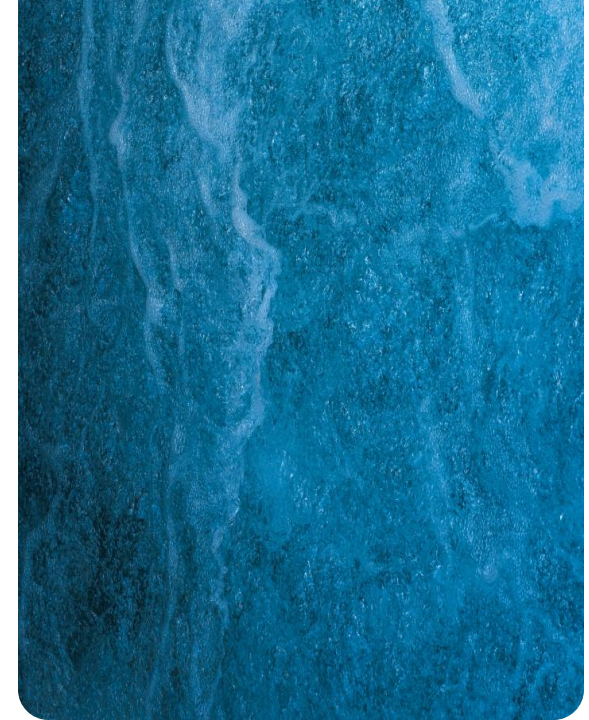
Weten mensen dat je bestaat?

Bezoekersstroom

Hoeveel mensen komen daadwerkelijk binnen?

Conversie

Wat gebeurt er zodra ze binnen zijn?



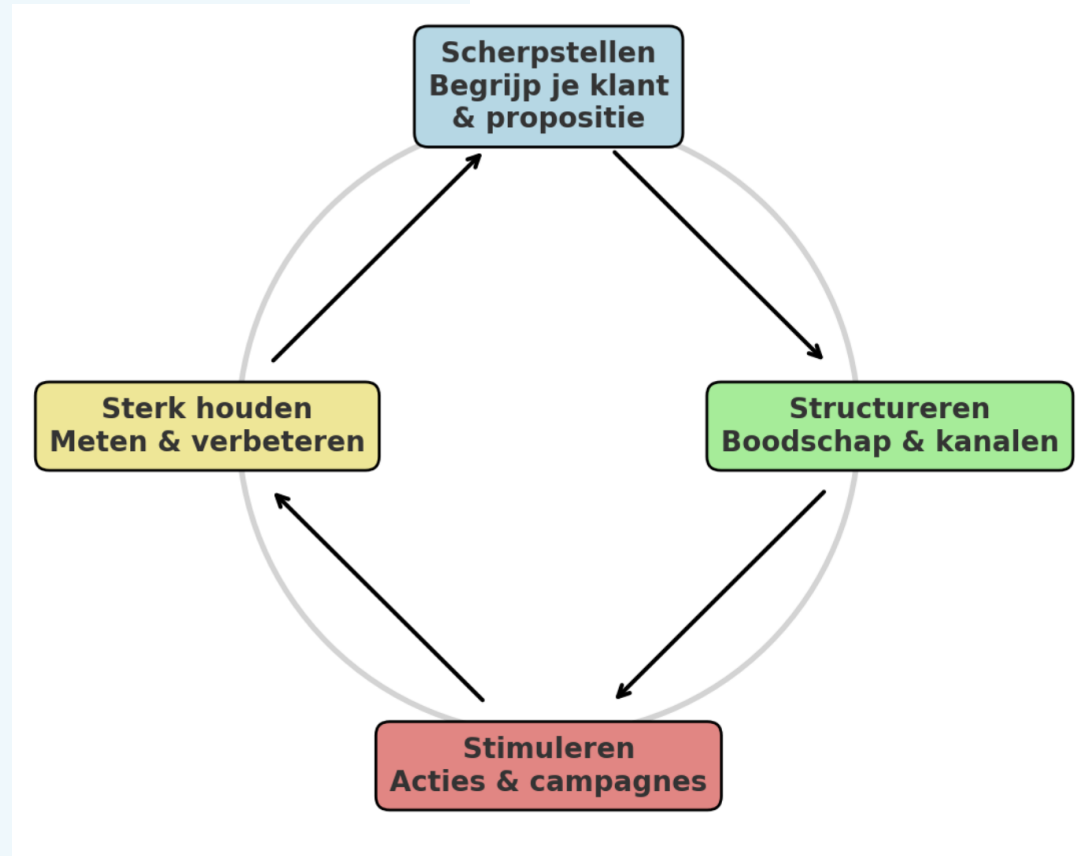
6. Het 4S model van EB Results

Scherpstellen – Begrijp je klant & propositie

Structureren – Boodschap & kanalen

Stimuleren – Acties & campagnes

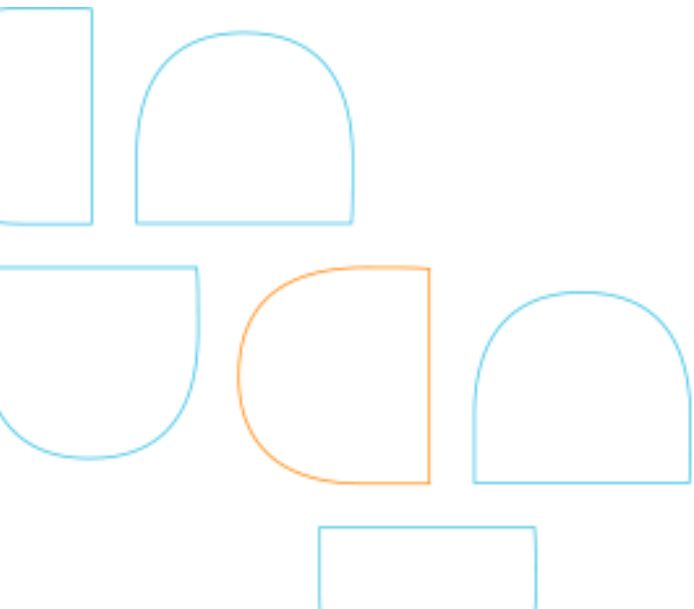
Sterk houden – Meten & verbeteren



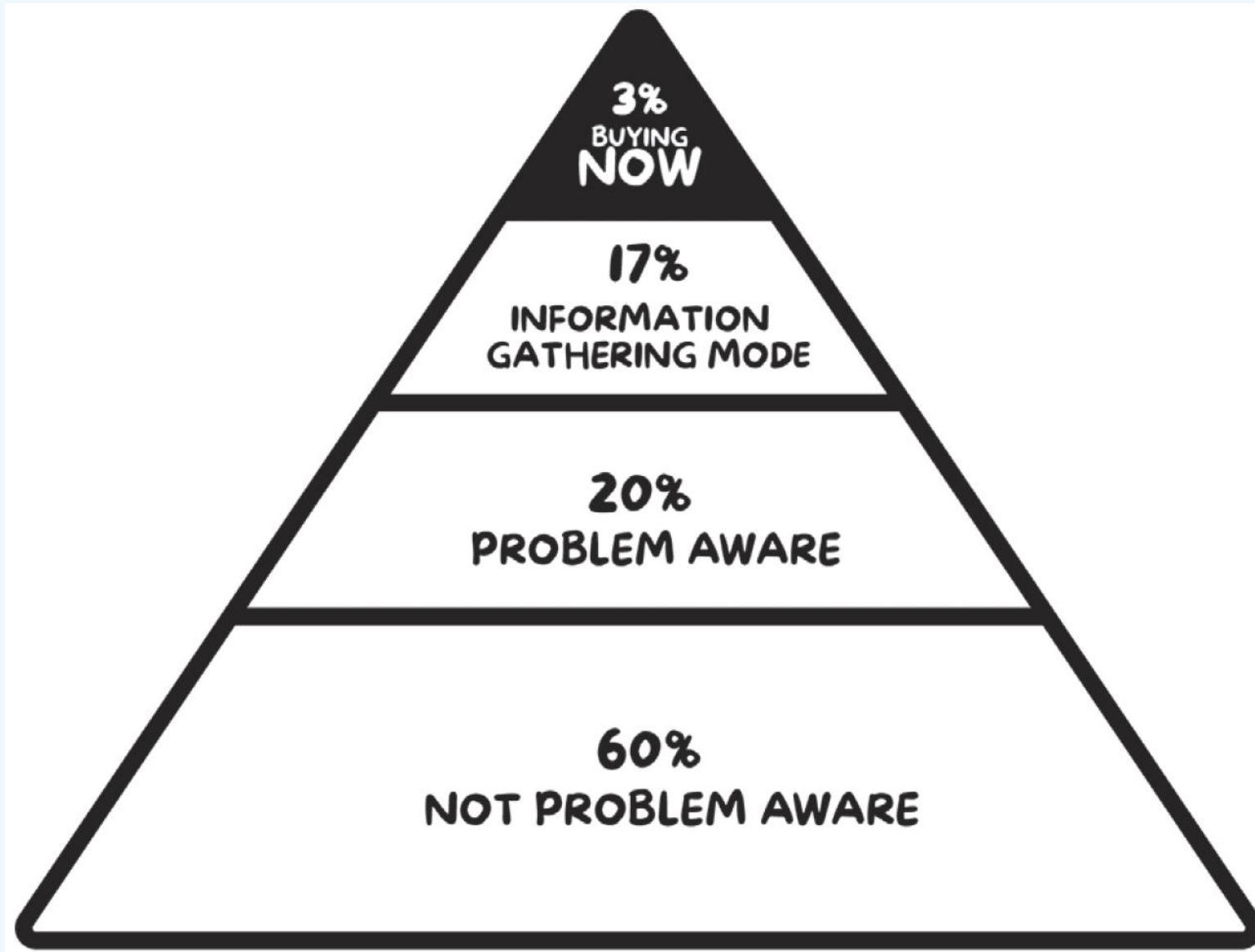


Stap 1: Scherpstellen – Begrijp je klant en je propositie

- Ideale klant bepalen
- Unieke waarde (propositie) formuleren
- Klantbehoeften herkennen

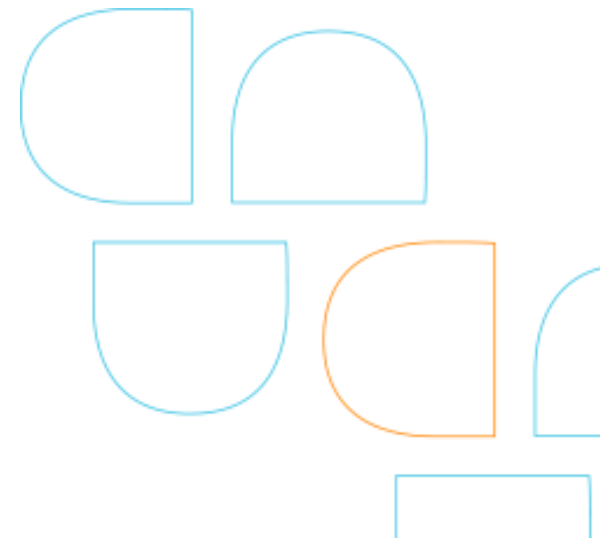
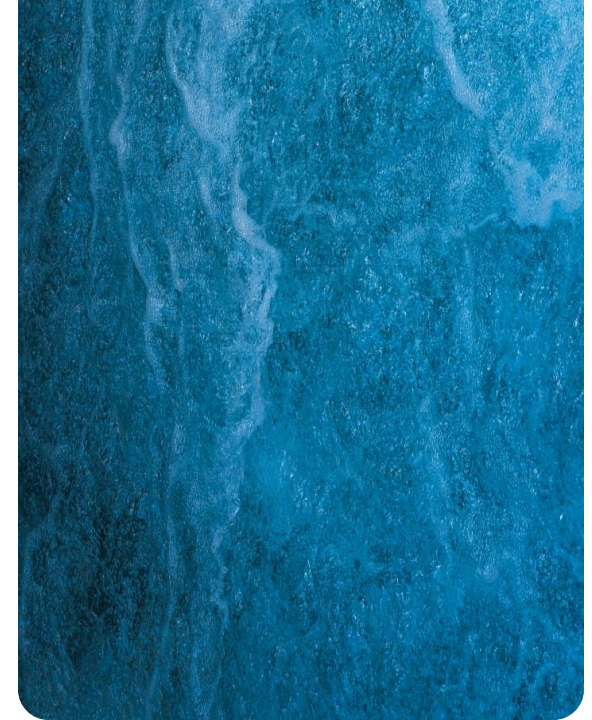


De markt in kaart



Stap 2: Structureren boodschap & kanalen

- Kernboodschap kiezen
- Middelenmix samenstellen
- Kanalen voor beginners & gevorderden
- Consistentie in uitstraling en communicatie





Deepdive in kanalen

Overzicht marketingkanalen

Offline kanalen

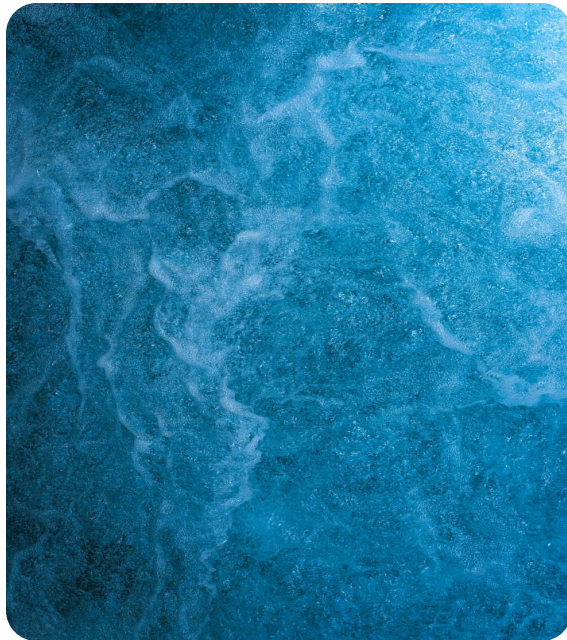
- Flyers / posters
- Etalage / stoepbord
- Acties in de winkel
- Samenwerkingen met buren
- Lokale krant / radio
- Events / markten / pop-ups

Online kanalen (organisch)

- E-mailnieuwsbrief
- Facebook
- Instagram
- TikTok
- WhatsApp-groep
- Website / blog

Online kanalen (betaald)

- Google Ads
- Meta Ads (Facebook / Instagram)
- TikTok Ads



Uitgelichte aanraders

E-mail: Kort, persoonlijk en direct in de inbox → perfecte manier om klanten terug te laten komen.

Social media (Facebook/Instagram): Consumenten zitten hier **2 uur en 24 min per dag** → sterk voor lokale zichtbaarheid.

WhatsApp VIP: Open rate boven 90% → ideaal voor snelle acties en trouwe klanten.

Google Ads: Sta bovenaan wanneer mensen lokaal zoeken → trekt directe winkelbezoekers.

Meta Ads: Bereik exact jouw doelgroep in de regio → effectief voor acties en events.

Campaigns: Acties en events creëren beweging, beleving én herhaalbezoek.

Meten & verbeteren: Doorlopend inzicht in wat werkt → elke maand betere resultaten.



Stap 3: Stimuleren: Acties en campagnes

Waarom campagnes?

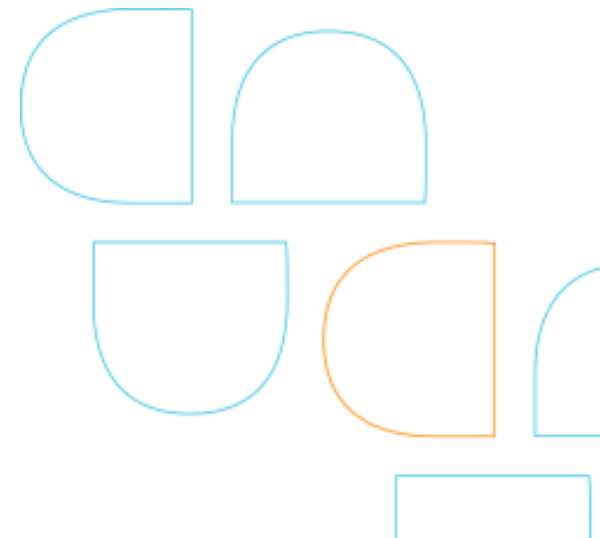
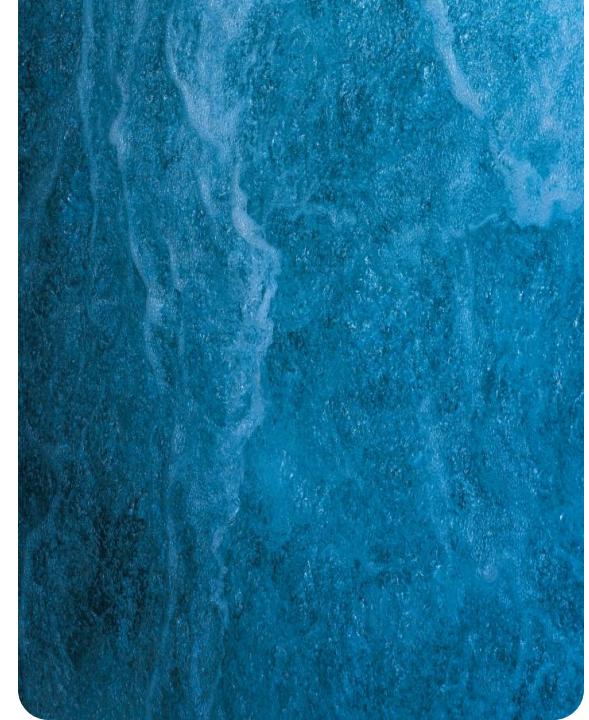
- Zonder actie komt er geen beweging
- Klanten hebben een reden nodig om langs te komen
- Campagnes zorgen voor zichtbaarheid en beleving

Twee soorten

- Doorlopend: nieuwsbrief, wekelijkse social post, VIP WhatsApp
- Actiecampagnes: seizoensacties, events, samenwerkingen

Formule voor een sterke campagne

- Belofte: wat levert het op?
- Urgentie: waarom nu?
- Call-to-action: wat moeten ze doen?





21 Tips om direct mee aan de slag te gaan

Stap 4: Sterk houden – Meten, leren en verbeteren

Waarom meten?

- Je ziet wat wel en niet werkt
- Kleine verbeteringen leveren grote effecten op
- Je leert je klanten beter kennen

Wat meten?

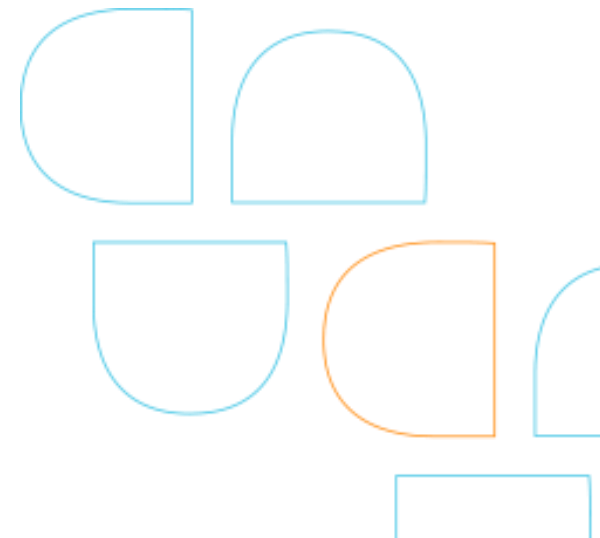
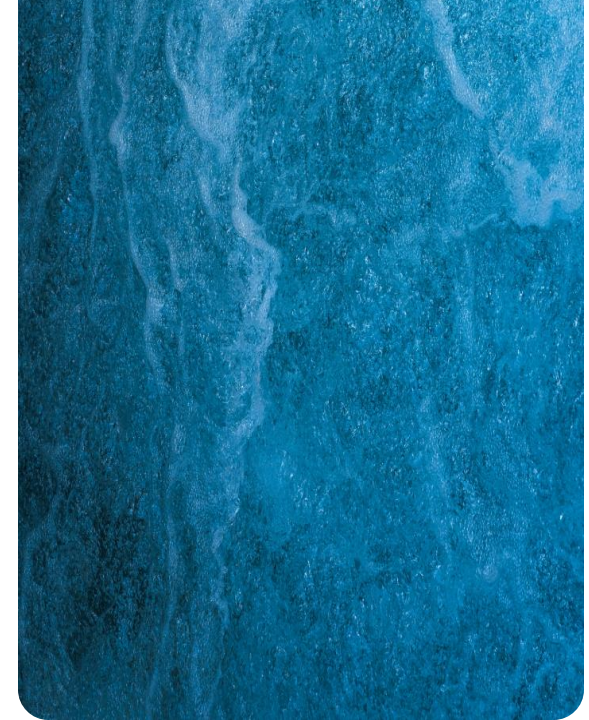
- Bezoek of omzet
- Online bereik en engagement
- Groei van je nieuwsbrief- of WhatsApp-lijst

Hoe leer je ervan?

- Acties vergelijken
- Feedback vragen
- Kleine variaties testen

Verbetercirkel

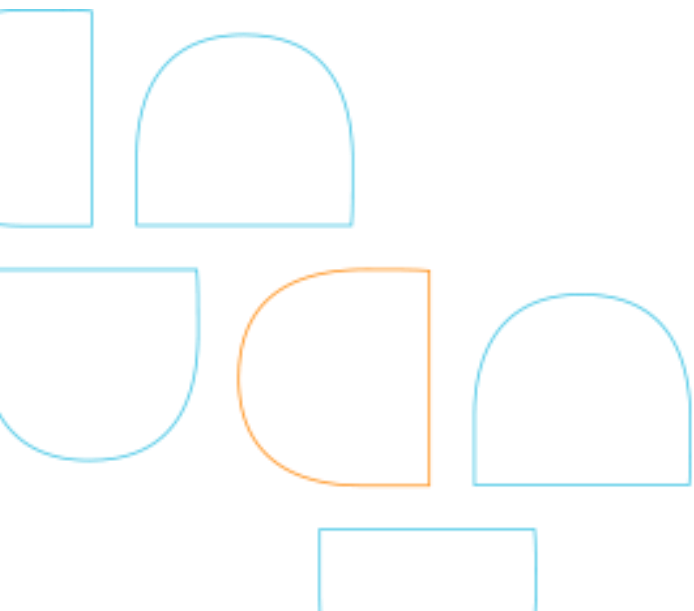
Meten → Leren → Verbeteren





De gevolgen van Stilstand

Casestudie in Excel



Afronding en vragen

Je kunt je melden om je op te geven voor een gratis 1-op-1 strategie sessie om bovenstaande stappen concreter te maken.