

Juweliers en de toekomst

Geschreven door Esther Ligthart
zondag, 18 december 2011 13:20



Dat er veel veranderingen op komst zijn in de retail is al enige tijd duidelijk. We hebben zelfs een goeroe die hier over verteld en publiceert in de vorm van Cor Molenaar. Mijn ervaring is dat menig juwelier huivert van wat er geschetst wordt over de toekomst. Een snel veranderende markt, integratie van internet met bakstenen winkels, klanten die steeds meer geïnformeerd zijn en soms nog beter dan zichzelf of hun personeel. Bent u klaar voor de toekomst?

De concurrentie van niet alleen online aanbiederende sieradenwebwinkels, maar vooral ook de veel grotere aanbieders daarbuiten. Die verschepen inmiddels ook al *free* naar ons land. Naast al deze ontwikkelingen hebben zij de laatste 10 jaar ook nog eens te maken gekregen met het fenomeen: trend. Een onbekend fenomeen voor de meeste zo'n 10 jaar geleden. Juweliers verkochten goud, zilver, horloges. Behalve de high-end winkels die al veel langer met merken werkten. Nu verkopen ze merken, *brands*. Ze verkopen mode, een hype. En zoals menig bankrapport laat zien, is een groot deel van de juweliers daarin een beetje de weg kwijt geraakt.

Onderzoeken van bureaus en banken tonen al jaren aan dat de juwelier vooral van alles een graantje wil meepikken en daardoor geen duidelijke stijl meer heeft. Met andere woorden luidt hun advies; als je een trendjuwelier bent, doe dit dan ook zo overtuigend mogelijk. Geen oudere dames (sorry dames, ik voel me ook nog 23, maar helaas val ik zeker ook buiten de categorie leuk en jong!) maar leuke vlotte jonge mensen die het publiek aanspreken waar deze markt op gericht is. En GA voor de merken, de beleving, de uitstraling. Weet alles over mode, trends, wees leidend, durf meer!. Er zijn zoveel detailhandelaren die stukjes van de juwelenbranche af proberen te snoepen, ik zou zeggen, beste trendjuweliers: snoep zelf een stukje mee van andere branches en maak van je winkel een leuke hippe en coole winkel. Want echt; cool zijn er maar weinig. Ik zou tegen de juwelier willen zeggen: richt een klankbordgroepje op, een brainstormgroepje van jonge mensen uit de muziekwereld, internet, sport etc. En laat hun los op concepten.

En dan de overige juweliers, maak uw keuze en ga voor die klanten die echt mooie sieraden en horloges willen. Durf de trends aan een ander over te laten en ga voor echte kwaliteit. Maak van uw winkel een beleving. Want laten we niet vergeten dat mensen bij u binnen komen iets moois komen kijken. Waarom er geen sprookje van maken? Waarom deze mensen niet meenemen in de wereld van de pracht van edelstenen, de magie van goud, parels en zilver. Er valt zoveel te vertellen! Ik vertelde dit laatst aan een juwelier, die mij antwoordde dat zij al zeker aan beleving deden, want ze vertelden hun klanten hoe ze met hun juwelen om moesten gaan, zodat ze straks weer niet aankomen dat ze het niet wisten. Tsja....

En ik zou tegen al die juweliers willen zeggen die denken dat juwelen nooit online overkomen zoals in het echt en dat daarom zij niets te vrezen hebben van internet, noch dat zij zich daarmee bezig dienen te houden: u gaat de plank mis slaan. Want wie zegt dat er over een jaar of wat niet via de webcam een 3d hologram tevoorschijn komt van de persoon die ervoor zit?. Waarbij hij virtueel het sieraad kan passen en sterker: aanpassen aan de specifieke wensen van de klant?. Het is dichterbij dan u denkt!. Het is crisis, zeker, maar hemeltjelief: waren er ooit meer kansen!?.