



Haal alles uit de kast voor de solden

Voor jou als winkelier begint de soldenperiode nu en het Tilroy Omnichannel Platform kan je hierbij helpen.

INHOUDSTAFEL

Hoe haal jij als retailer nu het meeste uit je solden? Hoe zorg je ervoor dat je je trouwe klanten niet verwaarloost, maar ook de kans niet mist om nieuwe klanten aan te werven?

1. Optimale marges - Meten is wéten!
2. Aanmaken van je promoties en solden
3. Communicatie naar je klanten?
4. Efficiënte voorbereiding van de soldenmaand
5. Soldenklanten zijn waardevolle klanten!
6. Wat na de solden?
7. Extra: Hoe zit het met vaderdag?
8. Extra: Omruilen van soldenartikelen?

Alles om de solden efficiënt aan te pakken

De solden staan voor de deur en dus is het de hoogste tijd om je hierop voor te bereiden! Het Tilroy Omnichannel Platform kan je hierbij helpen.

Hoe haal jij als retailer nu het meeste uit je solden? Hoe zorg je ervoor dat je je trouwe klanten niet verwaarloost, maar ook de kans niet mist om nieuwe klanten aan te werven?

Lees hier enkele actiepunten en, indien je vandaag met Tilroy werkt, verduidelijken we natuurlijk hoe je dit praktisch aanpakt.


En ook:

- Hoe kan ik eenvoudig zien wat wel of net niet goed verkoopt?
- Wat is de beste strategie om af te prijzen?
- Wat mag ik al doen tijdens de sperperiode?
- Hoe creëer ik extra tijd tijdens de drukste dagen?

Let's dig in...

Peter De Ranter

Retail Ambassadeur en CEO van Tilroy



Succes is een functie van kennis en energie die doelgericht wordt aangewend

STAP 1

METEN IS WETEN!

Als retailer denk je een goed idee te hebben van wat goed en minder goed verkoopt in je zaak, maar klopt dat ook altijd?

Veel retailers staan vaak verbaasd wanneer blijkt dat sommige producten net veel beter of veel minder verkocht hebben dan gedacht.

Als retailer heb je een goed idee over wat goed en wat minder goed verkoopt in je zaak. Zo kan je afprijzingen en promoties op gevoel bepalen. Maar meten is weten en veel retailers staan vaak verbaasd wanneer blijkt dat sommige producten net veel beter of veel minder verkocht hebben dan gedacht.

Het belangrijkste zijn de doorverkoopcijfers. Zo weet je per seizoen hoeveel stuks je hebt aangekocht van een bepaald merk, leverancier, kleur, ... en kan je op allerlei manieren nakijken hoeveel procent er verkocht is geweest.


Je kan dit rapport in Tilroy aanmaken in het Databeheer onder de tab 'Rapporten'. Met dit rapport in de hand heb je een goeie leidraad om niet te veel korting te geven op de stukken die vlot verkopen en wat agressiever te zijn met moeilijk lopende artikelen.

Product		Geslacht	Merk	Seizoen	Productgroep	Standaard verkoopprijs	Kostprijs	Leverancier	Geleverd	Verkocht	Geretourneerd	Netto verkocht	Stock	Doorverkoop	Geleverd	Verkocht	Geretourneerd	Netto verkocht (incl)	Netto verkocht (excl)	Kostprijs netto verkocht (excl)	Marge (excl)	Marge % (excl)
ABCDZE1234	SCHOEN VB 12	DAMES	Van Bommel	17FFA	Schoenen.	€ 53,95	€ 20,00	daniella devalle	-19	2	0	2	-21	-10.53%	€ -380,00	€ 97,12	€ 0,00	€ 97,12	€ 80,26	€ 40,00	€ 40,26	50.16%
100 Contemporary Hou	100 Contemporary Houses	NVT	Taschen	NVT	Architecture & Design	€ 15,00	€ 6,00	Taschen	50	4	-2	2	48	4.00%	€ 300,00	€ 60,00	€ -30,00	€ 30,00	€ 24,79	€ 12,00	€ 12,80	51.63%
AFTShirt	T-SHIRT AYA FISH TEE	M	Ayacucho	Zomer 2015	T-Shirts	€ 32,99	€ 10,00	Ayacucho	916	220	-8	212	704	23.14%	€ 11259,00	€ 5716,08	€ -221,70	€ 5494,38	€ 4544,39	€ 2305,80	€ 2238,53	€ 49.26%
20700044	Jas nuance Blend	M	BLEND		T-Shirts	€ 220,00	€ 10,00	Bazaar	94	23	0	23	71	24.47%	€ 940,00	€ 4620,00	€ 0,00	€ 4620,00	€ 3818,18	€ 230,00	€ 3588,22	€ 93.98%
ART07	art & event 07	NVT	AmboAnshos	2004	Truien	€ 30,00	€ 10,00	Art Event	30	11	0	11	19	36.67%	€ 300,00	€ 330,00	€ 0,00	€ 330,00	€ 272,73	€ 110,00	€ 162,73	€ 59.67%
Chinese Stone	Chinese Stone Bracelet Black-Gold Cross	Unisex	Bazaar	Zomer 2015	Accessoires	€ 15,00	€ 5,00	Bazaar	9	5	-1	4	5	44.44%	€ 45,00	€ 75,00	€ -15,00	€ 60,00	€ 49,59	€ 20,00	€ 29,60	€ 59.69%
Univers1	T-Shirt met Print	DAMES	Univers	17FFA	Hoeden	€ 27,95	€ 10,00	Univers	23	11	0	11	12	47.83%	€ 230,00	€ 307,45	€ 0,00	€ 307,45	€ 254,09	€ 110,00	€ 144,10	€ 56.71%
100 Artists	100 Contemporary Artists A-Z	NVT	Taschen	NVT	Art	€ 40,00	€ 16,00	Taschen	30	20	0	20	10	66.67%	€ 480,00	€ 800,00	€ 0,00	€ 800,00	€ 661,16	€ 320,00	€ 341,16	€ 51.60%
100 Movies	100 All-Time Favorite Movies of the 20th Century	NVT	Taschen	NVT	Film	€ 15,00	€ 10,00	Taschen	5	4	0	4	1	80.00%	€ 50,00	€ 60,00	€ 0,00	€ 60,00	€ 49,59	€ 40,00	€ 9,59	19.34%
lev123	T-shirt Converse	Male	Levis		T-Shirts	€ 22,99	€ 10,00	SK Amsterdam	9	9	-1	8	1	88.89%	€ 90,00	€ 174,95	€ -22,99	€ 151,96	€ 125,59	€ 80,00	€ 45,59	36.30%
137-10221	Van Bommel Herenschoenen	M	Van Bommel	Zomer 2015	Schoenen.	€ 119,99	€ 50,00	Bazaar	3	4	-1	3	0	100.00%	€ 150,00	€ 476,17	€ -119,99	€ 356,18	€ 294,36	€ 150,00	€ 144,37	€ 49.04%
AYAHat	HOED AYA STRAW HAT	Unisex	Ayacucho	Zomer 2015	Hoeden	€ 24,99	€ 9,00	Ayacucho	1	1	0	1	0	100.00%	€ 9,00	€ 24,99	€ 0,00	€ 24,99	€ 20,65	€ 9,00	€ 11,65	56.41%
TEST008	TEST008	NVT	Ambo	NVT	Truien	€ 25,95	€ 10,00	Art Event	1	2	-1	1	0	100.00%	€ 10,00	€ 51,90	€ -25,95	€ 25,95	€ 21,45	€ 10,00	€ 11,45	53.39%

STAP 2

AANMAKEN VAN PROMOTIES EN SOLDEN

Setprijzen en return incentives zijn krachtige promotietools
maar gebruik je ook koppelverkoop tijdens de sperperiode?



Met Tilroy heb je een ruim aanbod aan promotiemogelijkheden. Setprijzen, return incentives en meer zijn krachtige promotietools, maar in deze periode hebben we het voornamelijk over koppelverkoop tijdens de sperperiode en vervolgens soldenprijzen.

Tijdens de sperperiode mogen kleding-, schoenen- en lederwarenretailers géén prijsverminderingen aankondigen of hier reclame voor maken. Koppelverkoopacties en andere vormen van een gezamenlijk aanbod mogen wel. Deze worden wettelijk niet gezien als kortingen of prijsverminderingen van een product.

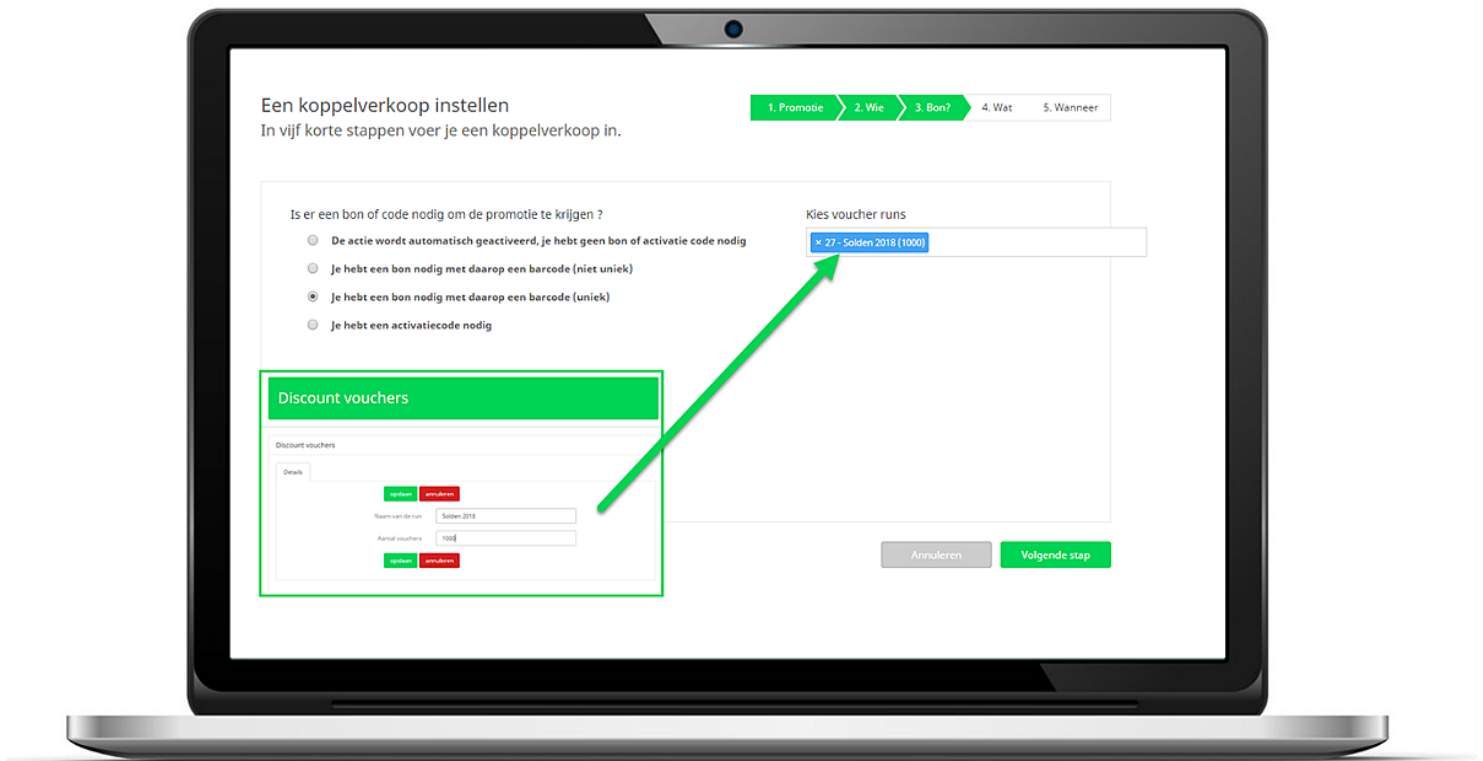
Hier gaat het om een voordeel bij aankoop van meerdere producten. Deze acties en communicatie errond zijn dus wel degelijk toegelaten tijdens de sperperiode. Wanneer je je verschillende rapporten voldoende hebt geanalyseerd kan je doordachte keuzes maken in je soldenstrategie.

Met Tilroy kan je je solden en promoties vooraf instellen. Je kan voor koppelverkopen (en alle andere promotietools in Tilroy) instellen of deze geldig zijn voor al je klanten, bepaalde klantengroepen, of enkele specifieke klanten.

Vervolgens kan je bepalen of je actie automatisch geldig is, of enkel op vertoon van een bepaalde voucher of na het ingeven van een bepaalde code (online). Met Tilroy kan je op voorhand deze vouchers aanmaken en vervolgens mailen, flyeren of opsturen per post.



Je kunt bijvoorbeeld je beste klanten al een dagje eerder laten genieten van een voordeliger aanbod.



Wat je koppelverkoop juist inhoudt, laten we aan ieders creativiteit over.

1+1, 2+1, ... dat blijven klassiekers.

Ook leuke voorbeelden zijn:

- Koop voor X € aan Kleding en krijg Y % korting op Accessoires.
- Koop X aantal stuks en ontvang Y % korting op het eerste, Z % korting op het tweede, enz.
- ...

De belangrijkste voorwaarde voor koppelverkoop is dat beide producten ook tegen normale prijzen afzonderlijk te verkrijgen zijn. Je kan de volgorde van je promoties nadien ook sorteren in je Databeheer.

The screenshot shows a retail POS system interface. At the top, there are navigation tabs: 'Transactie', 'Transacties', 'Geparkeerd', 'Historiek', and 'Taken' (with a '4' notification). The date and time are 'Woensdag 23 Mei, 13:24' and 'Prostep NL'. The user is logged in as 'Kassa 1'. Below the navigation is a search bar and buttons for 'Korting', 'Taal', 'Klant', and a plus sign. The main area displays a transaction summary for 'ZGP MOCK NECK FANCY RED S - RM16W-Z9912'. It shows 1 item, a unit price of 85,00, and a total price of €72,25. A green arrow points from the transaction summary to a product detail view for the same item. The product detail view shows the item name, price (€72,25), a description, technical specifications, and a 'WISSELKLEUR' section. A green arrow with the text 'promo ook in de webshop' points from the transaction summary to the product detail view. At the bottom, there are buttons for 'Annuleren', 'Parkeren', 'Offerte', and 'Afrekenen'. The transaction summary also shows 'Geen klant toegevoegd', '1 stuks', and prices '€ 12,75' and '€ 72,25'.

Het is in deze periode ook mogelijk om reeds je soldenprijzen te bepalen en klaar te zetten in Tilroy. Je kan je startdatum gewoon instellen op de dag van de solden. Je kan zelfs meerdere soldenprijzen uploaden zodat je tijdens de soldenmaand extra afprijzingen kan aanbieden.

Veel winkeliers ondervinden in deze periode moeilijkheden indien ze geen sterke omnichannel strategie hebben uitgebouwd. Het is vaak niet mogelijk om deze complexere regels ook in een webshop toe te voegen, wat kan leiden tot ontevreden klanten of een daling van je webshop verkoop.

Met een sterke omnichannel strategie kan je gemakkelijk ook in je webshop complexere regels toepassen.



Heb je het Tilroy E-Commerce platform, dan gelden alle ingestelde promoties natuurlijk meteen ook op je webshop.

STAP 3

COMMUNICATIE NAAR JE KLANTEN

Zijn je klanten tijdig op de hoogte van je acties en promoties?



Wanneer je je koppelverkoop hebt ingesteld, wil je je klanten hiervan op de hoogte brengen. Er bestaan heel wat populaire mailingtools om je klanten te bereiken. Tilroy heeft een integratie met het platform Mailchimp. Gebruik je Mailchimp en is dit nog niet geïntegreerd met je Tilroy omgeving? Lees [hier](#) hoe je dit kan opstellen.

Wens je op voorhand van de sperperiode of de solden een event te organiseren voor je beste klanten, dan kan je je mailings segmenteren op bijvoorbeeld de klantengroepen. Wil je nog gericht gaan communiceren, dan kan je gebruik maken van de externe BI-tool 'Zoined'.

Je kan je Tilroy account volledig integreren met [Zoined](#) waardoor je een volledig geautomatiseerde tool hebt waarmee je onder meer klantenlijsten kan samenstellen op basis van aankoopgedrag. Zo kan je je klanten nog persoonlijker benaderen. Meer informatie over Zoined vind je [hier](#), of [contacteer ons](#) voor meer informatie.



De promoties die je hebt ingesteld moeten duidelijk weergegeven zijn in je winkel(s). Je webshop is hier niet anders dan je fysieke winkel. Moeten we nog zeggen dat social media een essentieel onderdeel moet vormen van je marketingplan?

Weet je winkelpersoneel welke promoties er lopen zodat zij je klanten gericht advies kunnen geven en hen stimuleren om maximaal gebruik te maken van de promoties?



De meeste retailers werken met een loyalty programma. In Tilroy zijn er meerdere beschikbaar. Welk loyalty systeem je ook gebruikt, normaal gezien telt dit niet bij promoties of solden. In Tilroy is de standaard setting ook zo dat je klanten geen loyalty punten of bedrag ontvangen bij artikels waar een korting op is. Het is aan jou om te kiezen of je dit wilt aanpassen.

Ook tijdens de sperperiode mogen klantenpunten er (dubbel) bij komen, dit valt onder een gezamenlijk aanbod, maar je moet voorzichtig omgaan met hoe je dit communiceert.

STAP 4

EFFICIËNTE VOORBEREIDING

Kies je ervoor om je winstmarges te maximaliseren of ga je voor efficiëntie?

Als je je solden bepaalt op categorieniveau, zoals bv. alle broeken aan ronde prijzen of alles van merk ABC aan X %, dan kan je dit eenvoudig duidelijk maken in je winkel(s) en online met banners en affiches.

Wanneer je je solden nauwkeuriger bepaalt op productniveau om je marges te maximaliseren, dan is er niet altijd een duidelijke regel. Al je producten opnieuw labelen is een intensief werk. Je kan in dit geval best werken met kleurcodes.

Leg je huidige stocklijst naast je doorverkoopcijfers en bepaal de kortingen die je gaat geven. Noteer in deze lijst bij de artikels welke kleurcode er moet gekleefd worden op de artikels zodat je nadien in je winkel(s) zo efficiënt mogelijk te werk kan gaan.



STAP 5

SOLDENKLANTEN ZIJN WAARDEVOLLE KLANTEN

Neem jij de tijd om klanten ook tijdens de drukke solden te registreren?

Tijdens de solden of drukke periodes wordt het aanmaken of registreren van klanten vaak over het hoofd gezien. Nochtans zou dit voor winkelier én consument een eenvoudige opdracht moeten zijn die geen tijd in beslag neemt.


Wist je dat...

- Je in Tilroy klanten eenvoudig kan **opzoeken** op postcode en huisnummer? Geef je bv. "9000 45" in, dan vind je meteen alle mensen terug die in de postcode 9000 wonen op huisnummer 45. Je zult verbaasd zijn hoe kort dat lijstje is.
- Dat winkels die met klantenkaarten werken, deze gewoon kunnen **inscannen**?
- Dat je zelfs de identiteitskaart van de klant kunt **inlezen** om je klant op te zoeken?

Bij het manueel aanmaken van een nieuwe klant is bovendien enkel de voor- en achternaam verplicht.

Lees je de identiteitskaart in, dan heb je meteen alle gegevens van de klant.

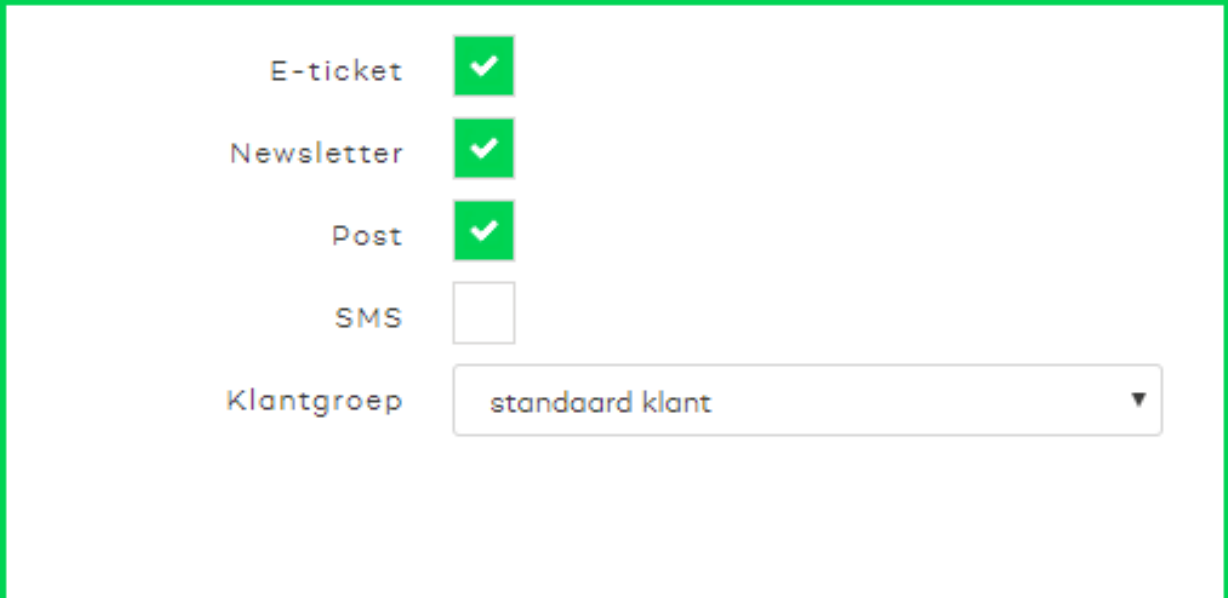
In beide gevallen raden we echter aan om ook het e-mailadres van de klant even te vragen. Zo kan je ook achteraf de klant contacteren. In je klantenbestand kan je namelijk zien wanneer een klant werd aangemaakt. Wees creatief en benader deze klanten na de soldenperiode.



Neem de tijd om je klanten te registreren, ook tijdens de drukke solden

Toelating kan je bij het aanmaken van de klant eenvoudig aan- of uitvinken, voor het toekennen aan klantengroepen is er een handige dropdown


Het spreekt voor zich dat je je klanten moet vragen of ze marketingsgewijs gecontacteerd willen worden. Het meest uitgesproken voordeel voor de klant is het e-ticket omdat ze dan alle informatie over hun aankopen per e-mail ontvangen wat handig kan zijn bij omruiling of garantie-kwesties.



E-ticket	<input checked="" type="checkbox"/>
Newsletter	<input checked="" type="checkbox"/>
Post	<input checked="" type="checkbox"/>
SMS	<input type="checkbox"/>
Klantgroep	standaard klant ▼

Zeggen je klanten vaak 'neen' wanneer je vraagt of je ze mag aanmaken in het systeem, dan begrijpen ze de voordelen misschien onvoldoende. Dit is voor elke winkel anders, maar enkele voorbeelden zijn:

- **Weten** ze dat ze geen fysieke klantenkaart hoeven bij te houden?
- **Kennen** ze het loyalty programma dat jullie hanteren?
- **Sturen** jullie als winkel reeds een E-Ticket waardoor ze geen fysiek kassaticketje hoeven bij te houden mochten ze iets willen retourneren?
- En bovenal voor Tilroy omnichannel retailers, **weten** ze dat ze dan ook automatisch klant zijn op de webshop met exact dezelfde voordelen als in de winkel?



Het meest uitgesproken voordeel voor de klant is het e-ticket omdat ze dan alle informatie over hun aankopen per e-mail ontvangen wat handig kan zijn bij omruiling of garantie-kwesties.

STAP 6

NA DE SOLDEN

Wat doe je met de rest van de overgebleven artikels?

Top, je vorige collectie is volledig uitverkocht!

Wellicht niet... Wat doe je dan met de overgebleven producten?

Je kan in je winkel een outlet ruimte voorzien voor de overgebleven stuks. Op je webshop kan je gerust een extra onderdeel toevoegen met 'Outlet', 'Promo' of 'Laatste Stuks'.

Vergeet niet dat je je soldenklanten graag wil omzetten naar trouwe klanten. Je kan een gerichte mailing sturen om hun beter kennis te doen maken met jouw zaak. Nogmaals: kennen ze jouw webshop al, weten ze van het loyalty programma, ...


SPRINGFIELD
CLUB

BLIJF GENIETEN
HELLO SPRING. THIS IS NEW.

JOUW VIP KORTING	VOOR JE VRIENDEN
-25%	-20%
OP ALLES MAN & WOMAN	VOOR JE VRIENDEN
CODE ONLINE: 805	DOWNLOAD EN VERSTUUR »

TOT 18 MAART IN DE WINKEL EN IN DE WEBSHOP





Op je webshop en in je winkel kun je na de solden gerust een ruimte voorzien voor de overgebleven stuks.

EXTRA

WAT MET VADERDAG?

Vaderdag valt in juni. Betekent dat dan dat je geen reclame mag voeren of acties mag bedenken rond vaderdag?

Jammer genoeg wel. Je kan dus niet aankondigen dat iets van kleding, schoenen of lederwaren voor vaderdag verkocht worden met korting. Koppelverkopen mogen natuurlijk wel, en hier mag je ook over communiceren. Een extra geschenk bij een aankoop mag dus wél.

Onze klanten die geen kleding, schoenen of lederwaren verkopen, hoeven hier dus ook geen rekening mee te houden.

EXTRA

OMRUILEN VAN SOLDEN ARTIKELEN?

Iemand vertelde me laatst dat voor online aankopen andere regels gelden, klopt dat?

In het algemeen hoef je als winkelier geen omruilingen te accepteren, maar natuurlijk streef je naar een goede klantenservice. In de soldenperiode is dit niet anders. Je bent niet verplicht om omruilingen te accepteren, maar je móg dit wel doen.

Vaak wordt het kassaticket (of E-Ticket!) gevraagd als bewijs bij een retour. In Tilroy kan je elk aankoopbewijs inscannen of in de klant zijn aankoopgeschiedenis de verkoop opzoeken. Zo weet je altijd exact aan welk bedrag een klant iets heeft aangekocht en zal je zeker niet te veel terugbetalen. Klantenservice heeft zo zijn limieten ;)

Máár: voor online aankopen luidt de wet anders. Hier kan een winkelier retours van afgeprijsde artikelen niet weigeren.