

Boekhandel De Traverse kan weer lange tijd vooruit

Metamorfose in Son en Breugel

In maart dit jaar verhuisde **Boekhandel De Traverse** naar een nieuw en groter winkelpand een paar deuren verderop. Het winkelloppervlak ging van 180 m² naar 280 m², terwijl de winkel op **een zeer moderne manier** gestyled werd door Klinkers Interieurproducties.

door **Krijn ten Hove**



An het woord zijn Bernadette en Cees de Wit, de eigenaren van deze schitterende winkel. “We hadden op de oude locatie nog wel een aantal jaren door kunnen gaan, maar dan hadden we gewoon doorgedraaid. Door te kiezen voor een nieuw pand met een nieuwe uitstraling kregen we een enorme stimulans om er weer wat van te maken.”

DOELBEWUST ZELFSTANDIG | Al ruim dertien jaar runt Bernadette de Wit de winkel in het mooie dorpje Son en Breugel onder de rook van Eindhoven. “Daarvoor werkte ik al in de boekwinkel. Ik

heb deze destijds overgenomen en ben de winkel gaan uitbouwen. Destijds waren we nog aangesloten bij De Boekelier, maar in 1999 hebben we doelbewust gekozen om zelfstandig te gaan. Ik vind het een uitdaging om zelf de inkoop te doen. En als ik dan iets misdoe dan heb ik het zelf gedaan en ben dan ook niet meer afhankelijk van de goederen die ik verplicht binnen krijg.”

VERSTAND VAN ZAKEN | In 2007 ontstonden de eerste ideeën voor de verhuizing. “In die periode hebben we de eerste contacten gelegd met Eric Klinkers. Al vrij snel merkten we dat we op één lijn zaten. Klinkers adviseerde bijvoorbeeld direct om de ingang te verplaatsen, en toen ik er over na ging denken besepte ik dat dit advies was gebaseerd op inzicht en verstand van zaken”, vertelt Cees de Wit. “Hier in het dorp is nog steeds sprake van een groeiemarkt, we zijn de enige boek- en kantoorboekhandel en de

leeftijd en weerstandsniveau hier maken dat we in de komende jaren nog goed kunnen groeien. Met die informatie hebben we Klinkers aan het werk gezet”, vervolgt Cees de Wit.

POSITIEF EFFECT | Een van de meest opvallende zaken in de winkel zijn de enorme ruime gangpaden en het grote overzicht door de hele winkel. Doordat de stellingen op de winkelvloer laag zijn gebleven, hebben zowel klanten als personeel direct een goed overzicht over

“De positieve reacties van klanten op de verbouwing geven een extra stimulans.”

de hele winkel. Daardoor lijkt het in eerste instantie of de klant een echte boekhandel binnen loopt, maar eenmaal binnen wordt de blik getrokken naar de verschillende afdelingen die de winkel herbergt. De zeven bekende omzetmotoren die, wetenschappelijk onderbouwd, reeds 30% van de omzet bepalen, werden door Klinkers Interieurproducties zorgvuldig nagelopen. Van huisstijl... tot en met de juiste routing. De ontwikkelde routing is uitgekiend. Men loopt eerst de boekenafdeling op alvorens men kan kiezen voor andere afdelingen. Het plaatsen van wenskaarten en tijdschriften achter in de winkel noopt mensen om de hele winkel door te gaan waardoor men geconfronteerd wordt met allerhande andere artikelen die de interesse van de klant kunnen opwekken. “De brede gangpaden hebben een positief effect op alle productgroepen. Mensen lopen nu meer te winkelen, terwijl de mensen die echt snel wat nodig hebben genoeg loopruimte hebben om snel hun boodschappen te doen”, vertelt Bernadette de Wit.



HOBBY | In de opbouw van de winkel hebben de eigenaren alleen gestuurd in minimale metrages van de verschillende productgroepen, voor de rest hebben zij alles in handen gelegd van de interieurbouwer. Cees de Wit: “En de adviezen en ideeën van Klinkers hebben goed uitgekapt. Er staat een winkel waar we trots op kunnen zijn.” Bernadette de Wit vult aan: “We vinden het nog iedere dag leuk om te doen, kan het nog niet missen.



We zijn zelf dan misschien wel iets ouder (beide eigenaren zijn inmiddels in de vijftig red.) maar willen nog niet thuis zitten, het is eigenlijk onze hobby. En de positieve reacties van de klanten op de verbouwing geven ons zoveel extra stimulans dat we blij zijn dat we deze keuze hebben gemaakt.”



KEUZES MAKEN | De verbouwing van de winkel heeft ook geleid tot het maken in keuzes van artikelen en leveranciers. Zo zijn de verschuivingen in de markt ook hier merkbaar. Bernadette de Wit: “Cartridges zijn steeds belangrijker geworden, terwijl de consument bij ons steeds meer en meer voor kwaliteit kiest. Daarom hebben we ook geen zin om te concurreren op prijs maar kiezen we voor hoogwaardige kwaliteit en exclusiviteit. Samen met service is dat een onderscheidend vermogen en de consument vindt het geen probleem als hij dan iets meer kwijt is.”



“Er is meer ruimte om lekker te winkelen, naast ruimte voor de snelle aanschaf.”