

HOOFDPRIJS: VAKJURYPRIJS BESTE WINKELKETEN

Criteria

- het gevoerde strategisch beleid
- de vernieuwingswaarde
- het functioneren in termen van klanttevredenheid (producten, plaats, prijs, presentatie, personeel)
- winstgevendheid

Juryleden

- Prof. drs. ing. Henk J. Gianotten (juryvoorzitter), Economisch Instituut voor het MKB
- Erik Heeg, Benschop
- Frans van der Kraan, Oger Fashion
- Mark Meijer, Cool Cat
- Anita Wetterhahn, Jamin
- Colette Cloosterman-van Eerd, Jumbo supermarkten
- Wim G.J. van den Berg, voormalig Intres
- Barbara van Kolfschoten, Witteveen Mode
- Matthijs van der Lely, BGN/Selexyz
- Frank Schoeman, SVT Branding & Design Group
- Pim van den Berg, voormalig Hagemeijer en de Bijenkorf
- Jan Brouwer, voormalig C1000 en Super de Boer
- Ernest Linneweever, Linneweever Optiek



DE BIJENKORF

De Bijenkorf is het koninklijk paleis van de Nederlandse detailhandel, een ongeëvenaard belevingsconcept dat al 140 jaar lang een authentiek platform is waarop design, commercie, cultuur en creativiteit elkaar ontmoeten. Het is een toonaangevend stijlicoon dat zich onder alle omstandigheden weet te vernieuwen. De complexiteit van het bedrijf blijkt onder meer uit de wijze waarop de talrijke evenementen en acties, assortimentswisselingen en introducties schijnbaar moeiteloos verlopen. De Bijenkorf is erin geslaagd om voor miljoenen mensen een bijzondere wereld van inspiratie te zijn. De Vakjury heeft veel waardering voor de sprankelende huisstijl, de consistente mediamix en de instore communicatie, die voortdurend van hoog niveau zijn. Volgens de Vakjury heeft de strategische keuze voor een zakelijke benadering de creativiteit van de onderneming en de passie voor de klant niet in de weg gestaan en er mede aan bijgedragen dat de klanttevredenheid sterk is verbeterd. Hierbij wil de Vakjury het belang van empatisch leiderschap op alle niveaus benadrukken. De Bijenkorf is voortdurend on spot, niet alleen in de samenwerking met gevestigde topdesigners en jonge talenten, maar ook in het sponsorbeleid, de samenwerking met toeleveranciers en luxe private labels en de inpassing van co-creatie en social media in de communicatie met de klant. De eigentijdse en internationale uitstraling in combinatie met het onmiskenbare gevoel voor traditie hebben de Bijenkorf gemaakt tot een verleidelijke wereld van dynamiek, kwaliteit, luxe en schoonheid. www.debijenkorf.nl

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



GENOMINEERD: EXPERT

De Nederlandse Expert Groep is een franchiseketen van 160 laagdrempelige elektronica-winkels. De Expertgroep is een professionele en goed geoliede machine, die zich als formulegedreven verkooporganisatie met een uitgekende positionering op een formidabele wijze weet te handhaven in een uiterst competitieve omgeving. Expert verkoopt geen producten maar oplossingen en dat wordt door de klanten goed gewaardeerd. Expert maakt voor de consument op een slimme manier een voorselectie uit het enorme assortiment producten dat voortdurend op de markt beschikbaar komt. Bij Expert geldt daarom 'less is better'. Zo slagen de winkels van Expert erin om door aanvullende diensten en verrassende extra's meerwaarde voor de klanten te realiseren. Voor de klanten voelt Expert als een warme deken, waaronder het zorgeloos kopen is. De ondernemers van Expert zijn deskundig, joviaal, betrokken en vriendelijk en gaan voor hun klanten door het vuur. De winkels zijn helder en duidelijk, hebben een goede signing en verlichting waardoor de klanten alles gemakkelijk kunnen vinden. De luxe en modieuze uitstraling ondersteunen het hoge kwaliteitsniveau van de producten en de dienstverlening. Naar de mening van de Vakjury maken de winkels en experts van Expert de slogan 'Bij Expert gaat niets te ver' meer dan waar. www.expert.nl

GENOMINEERD: SIMON LEVELT

Simon Lévelt heeft zich op een voortreffelijke manier ontwikkeld van koffiebrander tot succesvolle retailer. In de 41 winkels kunnen de gasten op ontdekkingsreis in de wereld van koffie en thee. Op deze reis kan worden ervaren dat de passie voor koffie en thee al meer dan 200 jaar in de genen zit van dit heerlijke familiebedrijf. De winkels zijn uitnodigend en gastvrij en bieden een compleet assortiment van versgemalen koffie en thee tot theepotten, espressomachines en serviezen. De klanten van Simon Lévelt kunnen kiezen uit een enorm assortiment van 25 soorten koffie en 180 soorten thee uit alle windstreken van over de hele wereld. Door de integratie van de hele keten, van inkoop, melangeren en branden tot verpakken en verkopen, staat Simon Lévelt garant voor kwaliteit en vakmanschap. Dit vakmanschap wordt op meer dan uitstekende wijze uitgedragen door de medewerkers, die niet alleen deskundig zijn maar ook enthousiast en gedreven. De smaak van Simon Lévelt is genieten van de lekkerste koffie en thee voor de allerbeste kwaliteit. www.simonlevelt.nl

HOOFDPRIJS: VAKJURYPRIJS BESTE ZELFSTANDIGE WINKEL

Criteria

- het gevoerde strategisch beleid
- de vernieuwingswaarde
- het functioneren in termen van klanttevredenheid (producten, plaats, prijs, presentatie, personeel)
- winstgevendheid

Juryleden

- Prof. drs. ing. Henk J. Gianotten (juryvoorzitter), Economisch Instituut voor het MKB
- Erik Heeg, Benschop
- Frans van der Kraan, Oger Fashion
- Mark Meijer, Cool Cat
- Anita Wetterhahn, Jamin
- Colette Cloosterman-van Eerd, Jumbo supermarkten
- Wim G.J. van den Berg, voormalig Intres
- Barbara van Kolfschoten, Witteveen Mode
- Matthijs van der Lely, BGN/Selexyz
- Frank Schoeman, SVT Branding & Design Group
- Pim van den Berg, voormalig Hagemeijer en de Bijenkorf
- Jan Brouwer, voormalig C1000 en Super de Boer
- Ernest Linneweever, Linneweever Optiek



VAN TILBURG MODE & SPORT (Nistelrode)

Van Tilburg Mode & Sport in Nistelrode is één van de grootste modewarenhuizen van ons land. Alles is groot bij Van Tilburg: een oppervlakte van 12.500 m², 325 medewerkers, 600 merken, 350 eigen parkeerplaatsen, 140.000 klantenkaarten, 750.000 winkelbezoekers en 125.000 vermaakopdrachten per jaar. Het prachtige Van Tilburg Mode Magazine wordt in een oplage van 330.000 stuks verspreid. Jaar op jaar realiseert Van Tilburg spectaculaire groeicijfers. De trots van de familie straalt al generaties lang af op de hulpvaardige en vriendelijke medewerkers. Bij Van Tilburg kunnen alle generaties hun inkopen doen. Klanten komen van heinde en verre en zijn ervan verzekerd dat zij kunnen slagen. De 7 zekere voordelen van Van Tilburg zorgen ervoor dat een geslaagd winkelbezoek ook een dagje uit is. Het verborgen geheim van Van Tilburg is het naaiatelier de bovenste etage, dat als authentieke experience meer exposure verdient. In het naaiatelier vermaken 60 coupeuses de kleding op maat. Gratis en binnen anderhalf uur gereed. De jury heeft veel waardering voor de geweldige klantoriëntatie, de hoge maatschappelijke betrokkenheid, het plezier in het werk en de ondernemingszin van de familie Van Tilburg. www.vantilburg.nl

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



GENOMINEERD: TIELEMAN KEUKENS (Middelharnis)

Tieleman Keukens is een wonderschone keukenspecialzaak die is gevestigd in Middelharnis. Van de parkeerplaats tot de winkel, magazijnen en ontvangstruimtes is alles tot in de puntjes verzorgd. Tieleman Keukens gaat niet alleen voor 100% klanttevredenheid maar maakt dat ook waar in een branche waar klantontevredenheid eerder regel dan uitzondering is. De pijlers van klanttevredenheid zijn de levenslange garantie op nieuwe keukens, de eigen servicedienst, de ruime keuze uit keukens in verschillende prijsklassen en de enorme verzameling keukenonderdelen. Vanuit het onderdelenmuseum kan jarenlang in keukenonderdelen voor reparatie en renovatie worden voorzien. Tieleman Keukens is gevestigd in een indrukwekkend complex met een keukenshowroom waarin meer dan 70 keukens worden gepresenteerd. De showroom is op een zeer overzichtelijke wijze gesegmenteerd en valt op door de aanwezigheid van de Living Wall met 3D keukenpresentaties, de lunchroom, de waterstraat, de kinderbioscoop en het Experience Center. Tieleman is een frontrunner op het gebied van marketingcommunicatie met de aanwezigheid op nationale televisie, het eigen magazine en de interactieve website, de instore communicatie via narrow casting, de persoonlijke klantbenadering en het eigen YouTube kanaal. De tot in het kleinste detail verzorgde winkel en de gestroomlijnde organisatie staan met de passie van de ondernemer borg voor uitstekende resultaten.

www.tielemankeukens.nl

GENOMINEERD: ANIMAL CENTER (Kaatsheuvel)

Animal Center in Kaatsheuvel is een fascinerend fenomeen, dat wordt gerund door een ongecompliceerd maar geweldig ondernemersechtpaar met ontzettend leuke medewerkers waar het enthousiasme vanaf spat. De branie, de durf, de creativiteit en de aantekelijkheid van het ondernemerschap hebben in de korte tijd van het bestaan van Animal Center geleid tot ongeëvenaarde bedrijfsresultaten. Animal Center is een dierspecialzaak met een in de branche ongekende omvang van 1.500 m² en met een zeer breed assortiment voor zeer aantrekkelijke prijzen. Animal Center is een droom, die is uitgekomen en die droom gaat over liefde. Liefde voor het vak, liefde voor mensen en liefde voor dieren. De Vakjury heeft veel waardering voor het zelf ontwikkelde opleidings- en personeelsbeleid en de moed om de tradities in de branche te doorbreken. Animal Center combineert 'the best of both worlds' van grootschaligheid en persoonlijke aandacht voor de klant. Dit alles heeft geleid tot een enorme toestroom van klanten en een uiterst hoge klanttevredenheid. www.animalcenter.nl

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



HOOFDPRIJS: PUBLIEKSPRIJS BESTE WINKELKETEN VAN NEDERLAND



PARADIGIT
Gemiddeld eindcijfer **8,18**

Cijfer per aspect

<i>Eindcijfer</i>	8,18
<i>Assortiment</i>	8,13
<i>Prijs-kwaliteitverhouding</i>	8,15
<i>Prijsniveau</i>	7,99
<i>Aanbiedingen</i>	8,17
<i>Sfeer</i>	8,13
<i>Vernieuwing</i>	8,03
<i>Klantvriendelijk personeel</i>	8,55
<i>Service</i>	8,58
<i>Deskundig personeel</i>	8,53

www.paradigit.nl

GENOMINEERDEN:

2. Keurslager	8,07	14. BoerenBond-Welkoop	7,69
3. Eye Wish Groeneveld	8,01	15. Runnersworld	7,64
4. IKEA	8,01	16. Duthler	7,59
5. Game Mania	8,00	17. Siebel Juweliers	7,52
6. ICI PARIS XL	8,00	18. Rituals Cosmetics	7,51
7. Bike Totaal	7,95	19. Hunkemöller	7,50
8. Selexyz	7,92	20. Intertoys	7,49
9. Dirx Drogist	7,87	21. Hornbach	7,47
10. BelCompany	7,87	22. H&M	7,37
11. Miss Etam	7,78	23. Media Markt	7,36
12. Jumbo	7,70	24. Ziengs	7,35
13. Primera	7,70	25. Bakker Bart	6,93

HOOFDPRIJS: PUBLIEKSPRIJS BESTE ZELFSTANDIGE WINKEL



SYBILLA BUISMAN OPTIEK (Boxtel)
Gemiddeld eindcijfer **8,44**

Cijfer per aspect

<i>Prijsniveau</i>	8,59
<i>Prijs-kwaliteitverhouding</i>	9,13
<i>Personeel</i>	9,59
<i>Assortiment</i>	8,99
<i>Service</i>	9,79
<i>Aanbiedingen</i>	8,50

www.buismanoptiek.nl

GENOMINEERD:

2. Van Tilburg Mode en Sport

<i>Eindcijfer</i>	8,33
<i>Prijsniveau</i>	7,96
<i>Prijs-kwaliteitverhouding</i>	8,40
<i>Personeel</i>	8,99
<i>Assortiment</i>	9,10
<i>Service</i>	9,29
<i>Aanbiedingen</i>	8,22

www.vantilburg.nl

3. Tieleman Keukens

<i>Eindcijfer</i>	8,19
<i>Prijsniveau</i>	7,99
<i>Prijs-kwaliteitverhouding</i>	8,85
<i>Personeel</i>	9,19
<i>Assortiment</i>	9,06
<i>Service</i>	9,54
<i>Aanbiedingen</i>	8,05

www.tielemankeukens.nl

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



DEELPRIJS: LEUKSTE WINKEL OM BIJ TE WERKEN

Criteria

- Collegialiteit en teamsfeer
- Inspraak en betrokkenheid
- Begeleiding en opleiding
- Gezond en veilig werken
- Motivatie en persoonlijke waardering

Juryleden

- Geert Vermeer, voorzitter HBD (juryvoorzitter)
- Jaap Koster, oud-voorzitter CBW
- Lilian Bakhuijsen, bestuurder divisie handel FNV Bondgenoten
- Joyce Rosenthal, beleidsadviseur arbeidsmarkt HBD



De Blauwe Shop

In een succesvolle winkel draait het allemaal om samenwerking in de visie van Siem en Janneke Bouma, eigenaren van De Blauwe Shop. Dat geldt zowel voor de samenwerking met collega's in de branche als voor de samenwerking met hun medewerkers. Siem en Janneke exploiteren drie schitterende jeans & basics-winkels in Hardenberg en Hooge-

veen. Zij doen dat samen met 25 medewerkers. Die geven zij volop verantwoordelijkheid. Of het nu gaat over de inkoop, sturen op cijfers of marketing, de inspraak is groot. Eigen initiatief wordt op prijs gesteld en beloond. Zelf blijven Siem en Janneke liever enigszins op de achtergrond. Wel de kaders aangeven waarbinnen wordt gewerkt, maar niet overal bij willen zijn en pas in beeld komen als het bijna misloopt, is hun opvatting. Een werkwijze die de medewerkers bijzonder aanspreekt en heeft geresulteerd in een hecht team, zowel tijdens als na het werk. De sfeer op de werkvloer is uitstekend. Invallen in geval van ziekte of overwerk is daardoor nooit een probleem. Om iedereen bij de les te houden is er één keer in de maand teamvergadering, waar iedereen zijn zegje kan doen. De ruimte om je als medewerker te ontplooiën en te scholen is groot. Siem en Janneke laten hun medewerkers daarbij ondersteunen door een externe coach.

www.deblauweshop.nl

DEELPRIJS: HUMAN CAPITAL AWARD (RETAIL)

Criteria

Harde criteria:

- omzet ten opzichte van 'peer group'
- scholingsinspanningen
- ziekteverzuim
- personeelsverloop

Expertoordelen:

- oordeel experts op visie en concreet beleid 'human capital'
- professionalisering medewerkers: 'way of saying' of 'way of living'?

Juryleden

- Peter Cras, algemeen directeur KCH (juryvoorzitter)
- Laurens van der Ziel, NVG
- Nico Meijer, FNV Bondgenoten
- Tiny Pheninckx, De Rooi Pannen
- Andy van Doorn, HBD
- Theo Heintjes, Kenniscentrum Handel



NIJHOF (Baarn)

Ook in deze economische situatie overlegt Nijhof bouw- en woonwaren in Baarn uitstekende cijfers op het terrein van omzet, ziekteverzuim en personeelsverloop. De medewerkers, en dus ook het bedrijf, presteren uitstekend in deze economisch lastige tijd. Het bedrijf heeft een duidelijk businessconcept en koppelt dat aan de rol en het functioneren van de 270 medewerkers. Human Capital Management is bij Nijhof integraal onderdeel van de bedrijfsvoering.

Verantwoordelijkheidsgevoel en betrokkenheid van medewerkers zijn centrale begrippen waarbij het bedrijfseconomisch perspectief voorop staat. Een talent-managementsysteem zorgt er voor dat veel aandacht wordt besteed aan het plaatsen van medewerkers in een bij hun competenties passende functie. Het systeem motiveert en prikkelt medewerkers om zichzelf te blijven ontwikkelen. Veel leidinggevende medewerkers begonnen bij Nijhof in een aanvangsfunctie op lager niveau.

Nijhof betreft medewerkers bij zaken als bijvoorbeeld de inrichting van de kantine of de keuze voor nieuwe bedrijfskleding. Het bedrijf investeert in het boeien en binden van zijn medewerkers en geeft hen verantwoordelijkheden. De basisgedachte daarbij is dat het bedrijf de medewerkers faciliteert om hun werk goed te kunnen doen. In ruil daarvoor eist het bedrijf inzet, betrokkenheid en prestaties. In de ogen van de jury omschreef een leidinggevende het bedrijf treffend: 'Wij zijn een sociaal bedrijf, maar zeker geen lief bedrijf'.

Het inhoud geven aan de professionalisering van medewerkers ten faveure van het bedrijfsresultaat is bij Nijhof geen 'way of saying', maar een 'way of living'. Het optimaal inzetten en ontwikkelen van medewerkers maakt structureel onderdeel uit van het bedrijfsbeleid. Nijhof heeft een uitstekende balans gevonden tussen inzet, betrokkenheid en prestaties én medewerkers de ruimte geven om mee te beslissen en te groeien als professional.

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



De jury kent dan ook met genoegen de Human Capital Award 2010 retail toe aan Nijhof bouw- en woonwaren in Baarn. www.nijhofbaarn.nl

DEELPRIJS: BESTE INNOVATIE

Criteria

- de creativiteit van de innovatie
- de vertaling van het idee in het concept
- de strategische doelstellingen van de innovatie
- de betekenis van de innovatie voor de branche of sector

Juryleden

- Prof. drs. ing. Henk J. Gianotten (juryvoorzitter), Economisch Instituut voor het MKB
- Erik Heeg, Benschop
- Frans van der Kraan, Oger Fashion
- Mark Meijer, Cool Cat
- Anita Wetterhahn, Jamin
- Colette Cloosterman-van Eerd, Jumbo supermarkten
- Wim G.J. van den Berg, voormalig Intres
- Barbara van Kolfschoten, Witteveen Mode
- Matthijs van der Lely, BGN/Selexyz
- Frank Schoeman, SVT Branding & Design Group
- Pim van den Berg, voormalig Hagemeijer en de Bijenkorf
- Jan Brouwer, voormalig C1000 en Super de Boer
- Ernest Linneweever, Linneweever Optiek



LE PERRON

Le Perron van de Market Food Group is een nieuwe formule, die speciaal is ontwikkeld voor de warenmarkt. Le Perron - het Franse Stoepje - is een verrassende innovatie in de wereld van de ambulante handel, die zo gekenmerkt wordt door vaste patronen, routines en tradities. Le Perron

is een bakkerswereld op wielen: een bakkerijwagen met geavanceerde gasgestookte ovens voor de bereiding van een compleet, eigentijds, vers en biologisch bakkerijassortiment van topkwaliteit tegen betaalbare prijzen. Le Perron is niet alleen een uitstekend productconcept, maar ook een sterk marketingconcept met veel groeimogelijkheden. Het verhaal van Le Perron gaat over de Boulangerie Traditionelle en brengt de historie van het ambacht en de sfeer uit de tijd van Jacob Olie terug naar de plek waar die thuishoren: de warenmarkt. Een levendige plaats waar mensen elkaar ontmoeten, ver weg van de anonimiteit van het dagelijkse leven. Le Perron is een verfrissend idee voor bewuste consumenten, dat past bij de tijdgeest en op zeer geslaagde wijze tot werkelijkheid is gebracht. Le Perron is volgens de Jury een verrijking van de warenmarkt en geeft bovendien een krachtige impuls aan de vernieuwing van de ambulante handel in Nederland.

www.leperron.nl

DEELPRIJS: BESTE STARTER

Criteria

- Rendement en continuïteit
- Originaliteit en oorspronkelijkheid
- Winkelambiance en personeel
- Uitrolmogelijkheden
- Uitnutting combinatie bricks en clicks
- Presentatie tijdens Excellence Event

Juryleden

- Jan Peter Karelse (juryvoorzitter)
- Dirk Mulder, ING sectormanager Retail
- Peter van der Meer, directeur/eigenaar MOOI parfumerie
- Franny Blauwendraat, eigenaar Van Soest Chocolatier
- Arno van Bijnen, directeur commercie Retail TNT Post

Ambassadeurs

- Linda Keijzer, directeur retail ANWB
- Pals Brust, algemeen directeur C&A
- Peter Verveen, voorzitter VEDIS
- Krein Bons, algemeen directeur vanHaren/ Deichmann UK



EPPLEJECK

Epplejeck is een horse & rider superstore, een nieuw bewijs, dat de verkoop van paardensport- artikelen zich ook naar grootschalige oppervlakten beweegt. In de korte tijd van het bestaan van Epplejeck (2 jaar) heeft eigenaresse Jacqueline Freeke grote stappen voorwaarts gemaakt. Inmiddels telt Epplejeck vier filialen en een centraal magazijn en staat een vijfde filiaal op stapel. En er is durf om vanuit eigen kracht de concurrentie op te zoeken, ook qua locatiebeleid. Gewoon de beste zijn is daarbij het motto. Opvallend en tevens een bewijs van een uitstekende toekomstvisie is het feit, dat twee winkels als echte eigen winkels worden behandeld en de twee andere winkels in een gesimuleerde franchise-omgeving worden gerund. Zo wordt nu reeds intern ervaring opgedaan met franchising straks.

Epplejeck beschikt over eigen huismerken in een mooie mix met de typische hippe ruitersportmerken. Het gebruik van social media, het aanwezig zijn op concoursen en sponsoring versterken de authenticiteit van dit nieuwe merk. Beleving en functionaliteit gaan hand in hand met stevige goederendominantie. Maar ook de snelle en functionele website annex webshop mag er zijn. De acties op internet beloven nu al veel voor de toekomst. Epplejeck steunt in haar bedrijfsvoering bovendien op sterke ICT en uitstekende informatievoorziening. En met een knipoog naar het ambachtelijke handwerk achter in de store oogt deze winkel daadwerkelijk als een moderne superstore. De jury is onder de indruk van de dadendrang en het niveau van deze startende, allround ondernemster, die van aanvang af durft te kiezen voor een hoge moeilijkheidsgraad. Het ziet er naar uit, dat Epplejeck een snelle expansie gaat doormaken in Nederland. We gaan er in de komende jaren nog veel van horen! www.ej.nl

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



GENOMINEERD: RAIN

Rain biedt natuurlijke lichaamsverzorging en handgemaakte cadeaus en dito verpakkingen uit Zuid-Afrika. Alle ter plaatse handgemaakte producten kenmerken zich door ambacht, echtheid, natuurlijkheid en zijn van hoge kwaliteit. De winkel oogt als een smakelijk geheel van producten, waarin je zou willen bijten. Een genot voor de zintuigen (producten voelen ruiken en zien). Strak geredigeerd en in een modern jasje. Het is een unieke winkel in een - qua locatiebeleid - perfecte omgeving en waar service nog met een hoofdletter wordt geschreven. Het concept Rain steunt op blended value, waarbij enerzijds de waarde van het merk inhoud krijgt door de maatschappelijke inbedding in een Zuid-Afrikaans werkgelegenheidsproject en anderzijds willen Marianne Gerritsen en Esther Nederlof als rasmarketeers ook een commercieel merk neerzetten. Een formule met in potentie grote expansiemogelijkheden. Met een prima website en een toegankelijke, praktische webshop zorgt Rain voor een multifunctionele winkelambiance. Dat wordt in de winkel zelf nog eens versterkt door de diverse refill-mogelijkheden en het creëren van je eigen scrubs. De jury proeft bij de beide ondernemers de vaste wil om van Rain iets moois te maken in Nederland en dat zal ze zeker gaan lukken! www.rainafrika.nl

DEELPRIJS: BESTE BRICKS & CLICKS

Criteria

- Invulling geven aan de synergie tussen bricks en de clicks m.b.t.
 - assortiment
 - commercie
 - communicatie
 - merkbeleving
- Inzet media en mate van wederzijdse versterking
- Onderscheidend vermogen t.o.v. concurrentie
- Toegevoegde waarde voor de klanten en prospects
- Inzet van CRM/ loyaliteitactiviteiten
- Bewezen resultaten/ omzetverdeling over de ingezette verkoopkanalen

Juryleden

- Wijnand Jongen, directeur Thuiswinkel.org (juryvoorzitter)
- Allain Silberberg, crossmediastrateg Hansel (secretaris)
- Laurens van den Oever, commercieel directeur GfK Retail and Technology Benelux B.V.
- Egbert Jan van Bel, voorzitter MEC, kerndocent Beeckestijn Business School
- Hans Voorn, directeur Jaap.nl
- Arjan Bonsing, directeur SmartRichMedia.com



EXPERT

De Nederlandse Expert Groep is een sterke commerciële organisatie. De zelfstandigheid van de ondernemers is één van de sterkste wapens in de huidige concurrentiestrijd. De winkelformule draagt duidelijk het beeld uit van een vakspecialzaak. Er is een zeer ruime keuze in vooraanstaande merken en iedere klant krijgt deskundig advies, een perfecte service en

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



uitstekende garanties. Expert laat duidelijk zien vergaand bezig te zijn met de integratie van bricks en de clicks. De clicks worden volwaardig geïntegreerd in de marktbenadering en er is sprake van een duidelijke synergie tussen de diverse kanalen. De jury is van mening dat Expert de klant centraal stelt en met name haar bedieningsconcept (nationaal bestellen, lokaal bediend) kanaaloverstijgend inzet. Dit uit zich vooral in de inzet van klantprofieldata in het benaderen van haar klanten. Dit is ook terug te vinden in de communicatie die de klant digitaal ontvangt, waarin een duidelijke koppeling naar de lokale vestiging is terug te zien. Vooral de visie om online - op basis van klantdata - aanbod op maat aan te bieden vindt de jury erg sterk. Dit aspect met daaraan gekoppelde consequent doorgevoerde communicatie in alle facetten, maakt Expert tot een echte winnaar. www.expert.nl

GENOMINEERD: PARADIGIT

Paradigit Computers biedt een uitgebreid assortiment notebooks, desktop computers en randapparatuur in 21 winkels verspreid over Nederland. Paradigit staat voor klantvriendelijke service, deskundig advies en altijd scherpe prijzen. De Paradigit winkels zijn actueel, toegankelijk, informatief en de producten betaalbaar. Bij Paradigit kan iedereen een computer kopen onder het motto: Zorgeloos Genieten. Paradigit beschouwt de online activiteiten als een onmisbaar aspect in haar strategische visie en bedieningsconcept. Hiervoor is een specifiek E-businessteam geformeerd, om de bricks en clicks goed op elkaar aan te laten sluiten. Paradigit laat zien dat ze actief crossmediaal bezig is. In de diverse uitingen verwijzen de bricks en clicks goed naar elkaar. Klanttevredenheid staat voorop en er wordt doelgroepspecifiek gecommuniceerd. Opvallend hierbij is het aanspreken van de vrouw. Paradigit is zeker op de goede weg, maar omdat ze pas kort echt actief is met e-business, is het voor de Jury nog lastig om een goed oordeel te geven over de optimale integratie. www.paradigit.nl

GENOMINEERD: SIMON LEVELT

Consumenten willen volop variëren met koffie- en theesmaken. Ze kiezen voor vakmanschap, kwaliteit en deskundig advies bij de specialist. Met hun bewezen formule van uitnodigende Koffie & Thee speciaalzaken speelt Simon Lévelt daar succesvol op in. Bij Simon Lévelt vindt de klant de lekkerste koffie en thee, van de allerbeste kwaliteit. Zorg voor mens en milieu staat bij al hun producten voorop. Simon Lévelt beschouwt de online activiteiten als een belangrijke aanvulling op de winkelformule. Op termijn moet dit echt als een verlengstuk dienen van de organisatie, met name in de verzorgingsgebieden waar nog geen fysieke winkel aanwezig is. Simon Lévelt is een goed voorbeeld van een formule die de eerste professionele stappen met de juiste combinatie "bricks en clicks" aan het maken is. De website sluit aan bij de niche speler die Simon Lévelt wil zijn en is zeer passend bij de formule. De Jury heeft een aantal "wins" aangegeven en ziet de potentie van de Simon Lévelt formule. De jury mist echter nog de echte kracht van de samenwerking van online en offline, maar ziet wel dat de ingeslagen weg goed is. Simon Lévelt laat als specialityketen zien online waarde toe te voegen voor de consument. www.simonlevelt.nl

GENOMINEERD: DEHERENSCHOENENWINKEL

In 1938 namen vader en opa Van Bommel in Eindhoven een schoenenwinkel over aan de Willemstraat. Vanaf 1957 prijkte daar de naam Van Bommel op de gevel. In 1992 nam zoon Eduard de winkel over en verhuisde naar de Hooghuisstraat en na tien jaar volgde een verhuizing naar de Vrijstraat. Op deze plekken werden zowel dames als herenschoenen verkocht. Nu in 2009 gaat een grote droom in vervulling: terug naar de basis, daar waar het schoenengeslacht Van Bommel goed in is: herenschoenen. Bricks en clicks is

JURYRAPPORTEN & BEOORDELINGEN ING RETAIL JAARPRIJS 2010



vanuit een organische gegroeide visie ontstaan. Het voorraadsysteem staat aan de basis van het moderne winkelconcept en is goed doorvertaald naar de webshop. De Jury vond de presentatie bijzonder en vooral goed om de "ondernemer" te zien. Het optimaal kunnen bedienen van de klant via welk kanaal dan ook staat hier dan ook duidelijk centraal. De Jury erkent ook hier de potentie, echter momenteel missen de online shops en online marketing nog een aantal belangrijke elementen en de kracht om landelijk impact te hebben. deHerenschoenwinkel toont aan dat moed, ondernemerschap en aandacht voor de klant tot succes leidt. www.deherenschoenenwinkel.nl

De ING Retail Jaarprijs staat onder auspiciën van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel.

Voor meer informatie:

Vakjury prijzen, Beste Starter, Beste Bricks & Clicks, algemene informatie

Secretariaat Stichting Retail Jaarprijs,
Gerianne Oosterveen
T 030-230 02 75, E info@retailjaarprijs.com

Publieksprijzen

Q&A Research & Consultancy
Hester Bunnik
T 033- 245 46 37, E hbunnk@q-and-a.nl

HBD Leukste Winkel om bij te Werken

Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Hans Verweij
T 070- 338 56 58, E h.verweij@hbd.nl

KCH Human Capital Award

Kenniscentrum Handel
Peter Kool
T 0318- 698 439, E p.kool@kchandel.nl