

EEN 'GOEDEMORGEN' IS NIET GENOEG

"In Japan weten ze precies hoe ze gastvrij moeten zijn, ze hanteren daar 'omotenashi'", aldus Melvin van Tholl, oprichter van 'Pinkpope' Customer Experience Design Agency. "Het personeel is tot in de puntjes ingewerkt en doet er alles aan om het de klant naar de zin te maken."

Door: Anouk Arkesteijn

Van Tholl: "Personeel is er niet om alleen 'Goedemorgen' te zeggen. Ook zijn ze geen verlengstuk van je kassa. Geef de klant informatie. Waarom de informatie van de labels laten aflezen? Personeel moet deze informatie ook kunnen overbrengen. De verhalen achter jouw merk en van jouw producten met enthousiasme vertellen. De winkel waar je werkt, is je paleisje! Deel je paleisje en wees niet bang voor de klant".



"In Japan hanteren ze Omotenashi. Dit is de Japanse filosofie voor gastvrij zijn. Dit betekent: lees je klanten en laat ze geen negatieve gevoelens hebben. En anders: ontnem al deze negatieve gevoelens. Stel: het regent hard en je klant komt met een natte paraplu binnen. Het laatste wat je als klant wil is je paraplu op een hoop gooien bij de andere paraplu's, want: dat is ie weg! In Japan hebben ze hier een machine op gevonden waar je je paraplu doorheen moet halen. Er komt dan netjes een plastic

hoesje omheen. De klant blij, want de paraplu kan mee. Jij blij, want de winkel blijft schoon en de klant blijft ook langer om meer te besteden!"



TOP 5 MEEST GELEZEN ARTIKELEN

1. [Webshop versus fysieke winkel?](#)
2. [Genomineerden Beste Winkelketen van Nederland 2014](#)
3. [De juiste bril bij het gezicht](#)
4. [Leukste Brildrager van het Jaar!](#)
5. [In de running voor titel Klantvriendelijkste bedrijf van Nederland](#)

IN DE MODE GEEFT ANTWOORD

Stel je vragen aan onze redactie



WIL JIJ MEER UIT JE WERK HALEN?

“Bij Burberry krijg je zelf een lederen hoesje om je paraplu heen. Helaas moet je die wel weer teruggeven als je de winkel verlaat, maar toch!”

“Als je een winkel binnenstapt wil je op je gemak zijn. De winkel ontdekken en dingen uitproberen horen daar ook bij. Ontdek de verborgen behoeftes van je klant en bied ze een experience. Al is het ‘maar’ verrassende waslabels in kleding, zoals: ‘ Give me to your mother, she can handle me’”.

Andere interviews met Melvin van Tholl

Branche Bureau Mode helpt je graag om een echte modeprofessional te worden.



[Tweeten](#) { 2 } [Share](#) { 9 } [Vind ik leuk](#) { 9 } [g+1](#) [✉](#)

[Share](#)

[OVER IN DE MODE](#) | [ALGEMENE VOORWAARDEN](#) | [PRIVACY STATEMENT](#) | [DISCLAIMER](#) | [E-MAIL DE REDACTIE](#)

IN DE MODE IS SPECIAAL GEMAAKT VOOR ALLE MODEPROFESSIONALS EN BIEDT RETAILNIEUWS, TRENDS, CARRIÈRETIPS EN INSPIRATIE.

ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN. NIETS VAN DEZE WEBSITE MAG ZONDER VOORAFGAANDE SCHRIFTELIJKE TOESTEMMING WORDEN OVERGENOMEN OF VERMENIGVULDIGD.
