

## Retail Services Kennisupdate | week 34

### CATEGORY MANAGEMENT, SKILLS, KNOWLEDGE AND IDEAS

#### Strategisch denken

Je overziet de gevolgen van je handelen voordat je in actie komt. Een mooie korte samenvatting van strategisch denken. Waarom hebben we het erover? Onze sector heeft traditioneel gezien de neiging om veel besluiten te nemen op basis van gevoel, ervaring en emotie. Hierdoor missen we kansen. We gunnen onszelf te weinig tijd om na te denken. Wie heeft er in zijn agenda elke week een blok staan om eens rustig na te denken over.....?

Strategisch denken is dus zoiets als het omhoog kijken in de lucht, nadenken over wat de juiste positie kan zijn, keuzes maken en dus dingen niet doen en vervolgens de juiste actie bedenken om tot resultaat te komen. Strategisch denken toepassen lukt goed wanneer je de organisatie goed kent.

Strategisch nadenken is niet alleen voor leidinggevenden! Strategisch denken is noodzakelijk voor elk niveau in de organisatie. Je weet beter wat er gebeurt en je kunt makkelijker inspelen op ontwikkelingen en besluiten die op hoger niveau worden genomen.

In de categorie bloemen en planten is strategisch denken essentieel voor groei. We hebben met elkaar tienduizenden verschillende bloemen en planten aan te bieden aan de consument. Welke bloemen en planten heb jij nu nodig om succesvol te zijn? We moeten keuzes maken. Maar op grond van wat?

Waar moet je beginnen wanneer je een bloemen- en plantenbeurs bezoekt of een aanbodbank bekijkt? Het is een grote snoepdoos van mooie producten, bijzondere concepten en noviteiten. Alles lijkt beschikbaar maar wat heb ik nu nodig voor mijn accounts en hoe neem ik ze mee door al deze variabelen zodat we de juiste producten kiezen voor in de winkels.

“Wie niet kiest verliest” is een mooi gezegde. Wij zien dat in de praktijk ook terug. Het kanaal maakt hierbij niet uit. Of het nu een supermarkt is of bloemist, wanneer er niet goed is nagedacht over de positionering of rol van de categorie bloemen en planten, heeft dat direct impact op het succes van de verkoop van bloemen en planten. Consumenten voelen dat. Jij voelt het ook. We hebben allemaal voorbeelden van ketens waar het wel klopt. Die ene bloemist bij jou in het dorp die het spelletje wel begrijpt. Maar waarom begrijpt de een het wel en lukt het bij velen niet?

Strategisch denken leer je vooral door het veel te doen. Als je ermee start dan zal dat in het begin onwennig voelen (zoals elke nieuwe skill). Het brengt je naar een hoger professioneel niveau en laat zien waartoe je werkelijk in staat bent. De moeite waard om dit te doen en wij willen je er graag bij helpen. Onze consultants zetten je aan, dagen je uit en helpen jou en de organisatie te groeien.

Vier belangrijke elementen die de basis vormen om strategisch denken te stimuleren:

- 1) Kennis: observeren en trends ontdekken.
- 2) Denken: moeilijke vragen leren stellen.
- 3) Praten: welke woorden kies je?
- 4) Doen: tijd inruimen en conflicten leren waarderen.

Heb je vragen over dit artikel? Neem gerust contact met mij op via [danielpinkse@royalfloraholland.com](mailto:danielpinkse@royalfloraholland.com) of +31(0)6 53 71 73 91. Ik denk graag met je mee!

Daniel Pinkse  
Category Developer Retail Services  
Royal FloraHolland