GMS Verbund
ALTIJD IN BEWEGING!

Voor elke levensfase van *jouw* onderneming!

Een continu proces om succesvol te ondernemen door regelmatig de bedrijfseconomische gezondheid en behoeftes te toetsen.

RETAIL SCAN

1. Opstartfase

Lancering & Positionering

In deze fase wordt de basis gelegd voor de winkel. De ondernemer zet zijn concept om in een fysieke of online winkel, kiest een geschikte locatie en bouwt relaties op met leveranciers. Het draait om het aantrekken van de eerste klanten en het vinden van een plek in de markt. Succes in deze fase hangt af van een sterk concept, een goede positionering en effectieve marketing.

✔ Belangrijke aspecten:

- Locatiekeuze en winkelinrichting
- Inkoop en leverancierselectie
- Branding en positionering
- Opstartkosten en financiering
- Klanten werven en eerste omzet genereren

2. Groeifase

Uitbreiding & Schaalvergroting

De winkel draait en begint te groeien. De omzet stijgt, er komen meer vaste klanten en het bedrijf krijgt meer naamsbekendheid. Dit is het moment om processen te verbeteren, personeel in te zetten en eventueel de winkel of het assortiment uit te breiden. Een belangrijke uitdaging is het managen van de groei en het behouden van kwaliteit. Vaak is extra financiering nodig om deze groei te ondersteunen, zoals een werkkapitaalfinanciering voor extra voorraad, personeelskosten en marketing.

✔ Belangrijke aspecten:

- Stijgende omzet en klantenbinding
- Uitbreiding van assortiment of extra vestigingen
- Efficiëntere inkoop en voorraadbeheer
- Werkkapitaalfinanciering voor groei (bv. voorraad, marketing, personeel)
- Professionalisering van personeel en processen
- Online en offline marketingstrategieën verbeteren

3. Optimalisatiefase

Efficiëntie & Stabiliteit

De winkel heeft een stabiele positie in de markt. In deze fase ligt de focus op het verfijnen van bedrijfsprocessen, kostenbeheersing en het verhogen van de winstgevendheid. Automatisering, klantloyaliteit en innovatie spelen een belangrijke rol. Dit is ook het moment om na te denken over de lange termijn: doorgroeien, transformeren of voorbereiden op een mogelijke verkoop.

✔ Belangrijke aspecten:

- Procesoptimalisatie en kostenreductie
- Automatisering en digitalisering (bv. webshop, kassasystemen)
- Klantloyaliteit en community-building
- Nieuwe verdienmodellen of samenwerkingen
- Strategische keuzes voor de toekomst

4. Afbouw/Exit

Verkoop of Transformatie

Elke onderneming bereikt een punt waarop de ondernemer nadenkt over de toekomst. Dit kan betekenen dat de winkel wordt verkocht, overgedragen aan een opvolger, of getransformeerd naar een ander concept (bv. een webshop). Soms wordt gekozen voor een volledige afbouw. Het is een fase waarin strategische keuzes worden gemaakt voor een soepele overgang of afronding.

✔ Belangrijke aspecten:

- Overdracht aan een opvolger of verkoop van de winkel
- Mogelijke transformatie naar een nieuw businessmodel
- Afbouwen en uitfaseren van de activiteiten
- Financiële en juridische afhandeling
- Persoonlijke transitie van de ondernemer

Samen meer dan een eeuw ervaring in het begeleiden van ondernemers!

IMK · newtone advies en accountancy · BHAC Bedrijfshuur Adviescentrum · DISTINCTION bedrijfsfinancieringen – overnames – herstructureringen · Bureau van den Oever Marketing Motivators · retailresult · Story Brand · holla legal & tax · FLINK · Ambitious Recruiters · Baksteen & Pul Financiële dienstverleners · MCR RETAILMINDS · credion