



DE BESTE ALBERT HEIJN VAN 2010 LIGT IN... GREVENBICHT

“EIGENLIJK IS HET GEWOON EEN KWESTIE VAN
DE DINGEN GOED DOEN, VOORTDUREND...”

V.l.n.r. Kelly Penders, Melanie Coenen, Chris Scheepers, Frank Scheepers, Piet Scheepers

In februari maakte de hoofddirectie van de supermarktketen Albert Heijn bekend dat de vestiging van de familie Scheepers zich over 2010 de beste (reguliere) Albert Heijn-supermarkt van Nederland mag noemen. De ‘goede sfeer op de werkvloer’ bleek doorslaggevend te zijn voor de titel. Bij de in Grevenbicht gelegen winkel werken maar liefst 80 mensen, die klantgerichtheid de gewoonste zaak van de wereld vinden. Aan tafel met Piet Scheepers (61) en zijn beide zonen Chris (37) en Frank (29), over de succesfactoren van hun bedrijf.

Tekst > Johan Derrez Beeld > Henry Peters

Hoe is het ooit begonnen? Piet: “De eerste inschrijving bij de Kamer van Koophandel dateert van 1904. Mijn grootvader opende toen een kruidenierswinkeltje in Hulsberg. Nadat mijn ouders het daarna jarenlang hebben gerund, heb ik in 1972 de winkel overgenomen. Vier jaar later heb ik een tweede vestiging erbij genomen, hier in Grevenbicht, die sinds 2009 onder de Albert Heijn-formule valt. Nu is de vierde generatie aanzet. Onder begeleiding van de adviseurs van NBC/Lemaire & Partners hebben Chris en Frank de zaak zo’n twee en een half jaar geleden overgenomen.”

Maar u loopt nog steeds door de winkel rond? “Ja, een beetje vervelend doen vanaf de zijkant, haha...” zegt Piet gekcherend. “Nee, flauwekul natuurlijk. Ik steun mijn zonen nog altijd, vooral bij de bancaire zaken. De winkel runnen, dat doen ze zelf. Bovendien kan ik niet stil zitten.”

“En het oog van de meester ziet veel,” voegt Chris toe, “hij zorgt ervoor dat we scherp en alert blijven.”

Jullie hebben de Gouden Beppie gewonnen. Chris: “Klopt, de Gouden Beppie is dus de trofee voor de beste Albert Heijn-supermarkt van Nederland. Via internet hebben klanten hun mening gegeven over zaken als service, aantrekkelijkheid van de winkel, klantgerichtheid en snelheid aan de kassa. De acht best beoordeelde winkels werden in december ook nog eens door de hoofddirectie beoordeeld.” Frank vervolgt: “Tijdens een

bijeenkomst in Breda hoorden we dat we hadden gewonnen. Dat hebben we daarna uiteraard gevierd, met het hele personeel. Van het hoofdkantoor kregen we als cadeau een weekendje weg met zijn allen, geheel verzorgd.”

Wat is het geheim van dat succes? “Door onze open overlegstructuur heeft iedereen invloed op hoe bepaalde zaken geregeld worden,” vertelt Frank, “dus de ideeën voor verbeteringen komen vanaf de werkvloer. Daarmee creëren we draagvlak. Dat pakt heel erg positief uit.” Chris: “Daarnaast onderscheiden we ons ook met hele kleine dingen. Bijvoorbeeld het meelopen met de klant als die iets niet kan vinden. Of een klant spontaan vragen: ‘Kunt u het vinden?’ Aan de kassa geldt steevast: drie in een rij, kassa erbij. We helpen zelfs klanten bij het inruimen van de boodschappentas als er veel producten van de band rollen. Soms lopen we zelfs even mee naar de auto. Voor ons vanzelfsprekende dingen, maar het wordt door de klant heel erg gewaardeerd.” Piet: “Door de historie weten wij natuurlijk niet anders. Vroeger stond service voorop bij de kruidenier.”

“Weet je,” vervolgt Frank, “eigenlijk is het gewoon een kwestie van de dingen goed doen, voortdurend. Tot in de kleinste details.”

Chris: “Klopt, en één ding is zeker: we gaan in 2011 weer voor de eerste prijs.”