



## SOCIAL BRANDING BIJ SCHOENEN TORFS

# AUTHENTIEK LEIDERSCHAP KIEZEN WAT BIJ ONS PAST

*“Een ideeënbus, dat is niets voor Schoenen Torfs. Wij willen dat onze mensen makkelijk naar ons toe komen. Die spontaniteit maakt dat men zich gehoord voelt én dat we onze communicatie en marketing fris houden. Ja, daarmee maken we onze waarden waar en commercieel is het ook relevant.”*

Aan het woord is Barbara Torfs over hoe bedrijfswaarden en marketing bij Schoenen Torfs worden geïntegreerd. “We willen ons merk op een maatschappelijk verantwoord manier naar buiten brengen. Het is 15 jaar geleden begonnen in samenwerking met Natuurpunt. Onze eerste actie was zeer lokaal: mensen konden kiezen voor een draagtas of 5 frank in een spaarpotje. De opbrengst was voor Natuurpunt. Daarna kwam een inzamelactie voor oude schoenen: 10% korting op nieuwe schoenen en de opbrengst uit recyclage ging naar Natuurpunt – ik kan je verzekeren dat het om tienduizenden euro per actie ging. Bovendien kreeg Natuurpunt door onze radiocampagnes veel naamsbekendheid – zo dragen we niet alleen op een financiële manier bij. Welke acties we precies doen, laten we mede bepalen door onze medewerkers. In het kader van ons 65-jarig bestaan in december 2013 bedacht een medewerkster een actie van 65 wandelingen van Torfs-winkel naar Torfs-winkel. Dat is kenmerkend voor onze bedrijfscultuur: mensen durven met hun ideeën te komen en het ene idee stimuleert het andere. Door openheid en betrokkenheid maken we als management een klein initiatief groter en dat stimuleert mensen om door te gaan.”

### KERSTFEEST VOOR MINDER BEDEELDEN

In 2011 organiseerden medewerkers een kerstfeest voor minder bedeelde families. De dag erop stonden die medewerkers met een big smile in de winkel en dat ervaren de klanten dan weer. Een klant zei me: “Het is niet moeilijk voor Torfs om beste werkgever te worden, dat zie je aan jullie medewerkers.” Dus ga ik als mystery shopper polshoogte nemen in een Torfs winkel en word ik begroet met een glimlach en oogcontact! ‘Hoeveel



Barbara Torfs, directielid Torfs Schoenen: “Het gaat erom dat mensen zich goed voelen.”

klantvriendelijkheidstraining ziet daar in?” vraag ik Barbara.

### KLANTVRIENDELIJKHEID

“Natuurlijk investeren we in opleiding,” beaamt Barbara. “Maar het gaat erom dat mensen zich goed voelen. We hebben mensen nodig die vriendelijkheid al in zich hebben en die dit verder ontwikkelen, ondersteund door onze bedrijfscultuur. Empathie speelt daarin een centrale rol. In de opleiding besteden we er aandacht aan, en in ons ‘open programma’ kunnen mensen kiezen uit mindfulness, relaxatie etc. waardoor ze als mens krachtiger worden en meer open staan voor elkaar. Hoe we starten? Met onze eigen stijl van aanwerven! HR betreft ook daarbij onze eigen medewerkers.”

### EMPATHISCH AANWERVEN

“In het natuurlijke biotoop van de winkel ontstaat een ontspannen sfeer en kunnen sollicitanten ontdekken wat we verwachten. We doen er alles aan om elkaar te zien in ons natuurlijke zijn. Elkaar echt zien en op een dieperliggend niveau begrijpen, dat is de kern, en dat wordt zeker gevoed door onze cultuur die invloend vermogen stimuleert of zo je wilt: hartelijkheid.”

### TIJDGEEST

Ondertussen gaan we mee met onze tijd in de manier van verkopen, we hebben bijvoorbeeld sinds een klein jaar ook online verkoop. We betrekken onze winkels hierin om helemaal synergetisch te werken. Bij onze klantendienst ontmoet je alleen onze eigen mensen die Torfs door en door kennen. We willen dat medewerkers én klanten zorg en service ervaren.”



Katharina.Mullen@winvitality.com zet aan tot vitaliserend leiderschap: de weg naar duurzaam presteren én gelukkig leven. Zij is actief in ALIVE.be.

### EXECUTIVE SUMMARY

Barbara Torfs, directielid bij Torfs Schoenen en verantwoordelijk voor communicatie en marketing in gesprek over hoe authenticiteit en empathie de basis vormen voor de social branding bij Schoenen Torfs. Er is in de laatste 15 jaar een hele weg afgelegd om het merk op een maatschappelijk verantwoorde manier naar buiten brengen.

[we.listen@cxonet.be](mailto:we.listen@cxonet.be)