

## Wouter Torfs, een geprezen werkgever die verder kijkt dan de cijfers

# Manager van de goede sfeer “Eerst zijn, dan doen”

Weekendwerk, veeleisende klanten en een bescheiden salaris: de werkvoorwaarden in de retail wekken weinig jaloezie. Toch waren de werknemers van het succesvolle Schoenen Torfs vorig jaar zo tevreden dat het bedrijf de titel van 'Beste Werkgever' in de wacht sleepte. Geen toeval, want voor CEO Wouter Torfs zijn tevreden verkopers de enige weg naar terugkerende klanten: 'Wil je écht investeren in klantvriendelijkheid, dan begin je bij je eigen personeel.'

Ivo VAN ORSHOVEN

**Na uw studies Rechten ging u eerst aan de slag als advocaat.**

**Waarom stapte u vijftien jaar geleden toch nog in het familiebedrijf?**

*Wouter Torfs:* "Vooral omdat mijn grootmoeder het zo nadrukkelijk vroeg. Het was een fantastische vrouw, ik kon haar niets weigeren. Bovendien was ze al in de tachtig, een leeftijd waarop je alle nuance laat varen. Daardoor was haar boodschap des te krachtiger. Ik heb niet lang getwijfeld, hoewel de job van advocaat mij prima lag. Van een job waarin je met weinig mensen rekening moest houden, werd ik algemeen directeur en kreeg ik de verantwoordelijkheid over 150 medewerkers en 25 winkels."

*"Ons personeelsbeleid hebben we opgebouwd rond drie F'en: Family, Fun en Figures."*

**De schoenenverkoop staat niet bekend als een aantrekkelijke job.**

*Wouter Torfs:* "Dat klopt. Net als in andere retailjobs is het hard werken, is het loon bescheiden en heb je avond- en weekendwerk. Onze titel van 'Beste Werkgever' in 2007 is des te opmerkelijker omdat andere sectoren veel makkelijker winst maken. Een succesvol chemisch of farmaceutisch bedrijf kan bijvoorbeeld veel hogere lonen uitbetalen. Tja, wij moeten het van andere troeven hebben. De goede sfeer bijvoorbeeld.

We proberen de hiërarchie tot een minimum te beperken. Iedereen spreekt elkaar aan met de voornaam. Ons personeelsbeleid hebben we opgebouwd rond drie F'en: Family, Fun en Figures. Family betekent dat solidariteit op de eerste plaats komt. We proberen bij de planning er rekening mee te houden als werknemers kinderen hebben, en een promotie zal bijna altijd intern worden geregeld. Met Fun leggen we de nadruk op het werkplezier. Meer dan andere retailbedrijven investeren we in een goede werksfeer. Zo zijn we al met zijn allen naar een concert van Clouseau gegaan. Pas op, we boden dat aan: Clouseauhaters moesten niet mee, hé. In 2006 waren we al eens tweede in de verkiezing van 'Beste Werkgever': om dat te vieren hebben we iedereen een fiets gegeven van Eddy Merckx. Met Sinterklaas vorig jaar hebben we iedereen een lingeriecheque van Marie-Jo aangeboden. En in 2008 bestaan we 60 jaar: alweer reden om te feesten, dus. Een geslaagd feest komt een bedrijf en zijn werknemers ten goede. En daar profiteren uiteindelijk de verkoopcijfers, de Figures, ook van."

**De sector van de retail kent traditioneel een groot personeelsverloop. Geldt dat ook voor Schoenen Torfs?**

*Wouter Torfs:* "Daar kan ik kort over zijn: wij hebben geen verloop. Dat komt omdat we bij de sollicitaties een duidelijk profiel voor ogen hebben. Vriendelijkheid en hartelijkheid staan centraal, een diploma is voor ons minder belangrijk. We laten de werknemer ook niet aan zijn lot over. Sommige bedrijven