

Maxeda: niet bang voor concurrenten

06-12-2016 09:00



Het debat over bricks en clicks houdt Maxeda-CEO Guy Colleau bezig. “Online kun je oneindig veel keuze bieden. Maar als het gaat over de toegankelijkheid en beschikbaarheid, dan zijn we met onze winkels toch heel sterk. We zijn een ‘store-company’ en dus moet e-commerce ons helpen onze winkels te laten groeien. Dat wil niet zeggen dat we niet investeren in online. Alleen geen 100%.” Ook hier weer Colleau’s overtuiging dat iets goeds groeit als je het aandacht geeft. “Als je gelooft dat online het wint van je winkels, kun je je winkels verkleinen, assortiment saneren en bezuinigen op personeel. Dan weet je in ieder geval zeker dat je omzetten zullen slinken. Volgens mij is het een kip-ei-probleem. Home Depot runt 2.000 winkels en heeft meer dan 700.000-artikelen online staan. Daarmee verdienen ze 5,3% van hun omzet online in 2015. B&Q realiseert 4 à 5% van de omzet online, Castorama maar 1 of 2%. Europees gezien hoort Maxeda bij de koplopers. Als je niet oplet, praat je echter 95% van je tijd over 5% van je business. Terwijl 95% van de omzet uit winkels komt.”

Het vertrouwen dat aandacht een markt doet groeien, legt Colleau ook aan de dag als hij het over de concurrentie heeft. “We moeten niet klagen als er een concurrent als Hornbach of Bauhaus bij komt. Ook zij steken energie in de markt en daardoor zal hij groeien. Het is geen ‘winner-takes-all’.”

Dit is een passage uit een uitgebreid interview met Maxeda-CEO Guy Colleau in MIX 2016-8.

Marc Nelissen