

Kloten met branchevreemd

05-02-2015 15:52



ook voor de kleine klusser

40% korting

16.65

9.99

Huggies Natural Care billendoekjes

Dat zegt Paul Moers (merkenstrateeg) op [Retailwatching](#) naar aanleiding van Uggs bij Mediamarkt en luierdoekjes in de Gamma-folder.

"Retailers die kloten met branchevreemde producten zeggen daarmee iets over hun eigen zwakte. Bouwmarkten moeten zich primair met bouwartikelen bezighouden, net zoals elektronikaketens zich op elektronica moeten focussen. Andere dingen zijn niets meer dan een paniekgreep en eerder opportunistisch dan doordacht."

Moers ziet een duidelijke trend van retailers die branchevreemde producten aanbieden. "Dat komt omdat zij in een paar jaar tijd van honderd naar 93 miljard euro zijn gegaan en dus zeven miljard euro hebben verloren. Maar om de negatieve tendens te stoppen moeten ze juist schitteren met artikelen die bij hen passen om hun merk en winkelformule te laden. Daar hebben zulke acties niets mee te maken. Ik zie het alleen als een lolletje en een manier om de formule via de achterdeur in beeld te brengen. Het voegt niets toe aan de conversie, de formule en het werk. Mensen die bij Gamma voor de luierdoekjes komen hebben de kinderkamer allang ingericht. Het had wel kunnen werken als ze zich uitsluitend op zwangere vrouwen hadden gericht en hen dan meteen de verf voor de babykamer hadden aangewezen. Dan is het opeens een functionele toevoeging, in plaats van een opportunistische."

Marc Nelissen