Formido: elke dag redelijke prijzen

04-05-2017 13:56



Formido: elke dag redelijke prijzen

16-12-'16 - Nieuws - Marc Nelissen

Formido is de prijzenslag beu en gaat voor 'Iedere dag redelijke prijzen'. "Een bijzondere maar moeilijke stap."

Marketingmanager Miriam de Bruin: "We zetten een heel bijzondere maar ook moeilijke stap binnen retail. Ik ben er trots op wat we aan het doen zijn en dat wij breed draagvlak hebben onder onze ondernemers om deze stap te zetten. Een High-low prijsstrategie is met de opkomst van internet, grote internationale spelers en discountformules niet meer te handhaven. Prijzen worden steeds transparanter voor de consument. De tijd dat we de consument zelf konden laten kiezen waar ze hun korting op konden verzilveren door middel van een knipbon is niet meer van deze tijd."

Bekijk ook...

Maxeda: niet bang voor concurrenten

Qua kosten heeft Maxeda nog kloof te dichten

Formido prijst PPG

Colleau: "Formido heeft toekomst bij Maxeda"

Maxeda komt van eiland af

Karwei wil niet alleen kortingsjagers

Geen bonnen meer

Formido stopt vanaf januari op veel van zijn folders met een kortingsbon en zal het algemene prijsniveau terugbrengen. De Bruin: "Een moeilijke stap want we hebben de consument jarenlang met kortingsbonnen opgevoed en ze zijn nog steeds erg succesvol. Het is echter kiezen tussen korte termijn omzet en lange termijn geloofwaardigheid. In die zin is het eigenlijk ook geen keuze. Wij hebben de afgelopen maanden al een zachte landing ingezet. Minder generieke kortingen en meer onderscheidende acties op productniveau in combinatie met excelleren op toegevoegde waarde. Daar hebben we de leveranciers ook hard voor nodig. Zij kunnen niet meer copy-past dezelfde acties en beleid uitrollen over alle bouwmarkten. Wij zoeken partnership en maatwerk. Dat was onze centrale boodschap op de leveranciersdag en wij merken dat onze leveranciers daar gelukkig ook enthousiast op reageren en het als een kans zien. In dat licht is PPG een voorloper en dus terecht Formido's leverancier van het jaar. Wij zijn zeer tevreden over de eerste resultaten."

Fall-back-scenario

Wat nou als de consument het niet pikt? "Wij hebben zeker een fall-back scenario maar vooral op lokaal niveau. Terugkeren naar de oude strategie is geen optie. Dat is echt een doodlopende straat waar we hoe dan ook uit moeten omkeren. Maaa het kan natuurlijk zijn dat sommige winkels lokaal meer tijd nodig hebben."

Formido is de prijzenslag beu en gaat voor ‘Iedere dag redelijke prijzen’. “Een bijzondere maar moeilijke stap.” Het nieuwsbericht op MIXonline werd duizenden keren gelezen. De bijbehorende ‘post’ op LinkedIn riep complimenten op van branchegenoten. De nieuwe prijskoers van Formido raakt kennelijk een gevoelige snaar.

maik