

Maxeda: iedere investering telt

07-01-2021 07:00



Flexibiliteit was altijd Colleau's strategie om moeilijkheden te overwinnen, zegt hij zelf [in een interview met theceomagazine.com](https://theceomagazine.com).

Van gedachten veranderen

"Ik heb altijd al gezegd dat het Maxeda's belangrijkste zorg is hoe je je aanpast aan nieuwe situaties die de kennis en ervaring op de proef stellen die we in deze industrie gedurende vele jaren opdeden. Dat betekent soms dat je moet toegeven dat een beslissing uit het verleden niet de juiste was voor de huidige omstandigheden en bereid moet zijn om van gedachten te veranderen." Als voorbeeld noemt hij de beslissing om met twee concepten (Praxis en Formido) in Nederland te opereren. Die strategie boog Maxeda om door Formido-winkels in Praxis te integreren en Praxis daarmee snel te laten groeien qua aanwezigheid in Nederland.

"Resources nu verdelen over digitale transformatie en traditionele retail "

Fantastische energie

Een recenter voorbeeld ziet hij in de manier waarop Maxeda met covid omgaat. In Nederland konden winkels openblijven met inachtneming van social-distancing-maatregelen, terwijl de bouwmarkten in België dicht moesten. Daar moest Maxeda snel op reageren. met alternatieve retail-oplossingen. "We moesten onze online capaciteit uitbreiden met een snelheid die we nog nooit aan de dag hadden hoeven leggen. Het was fantastisch om de energie te zien waarmee ons bedrijf met onze mensen aan de slag ging om oplossingen te

vinden waar het makkelijk was geweest om te geloven dat die er niet waren."

"Meer flexibel zijn dan ooit"

Budget verdelen over winkels en e-commerce

"Alles verandert in zo'n hoog tempo. We moeten meer flexibel zijn dan ooit om onze propositie richting klanten te verbeteren. We zijn vastbesloten onze 'customer experience' te verbeteren. Niet alleen in onze fysieke winkels, maar ook in e-commerce. Dat is de enige manier om een echt multi-format, multi-channel bedrijf te bouwen." De nieuwe nadruk op technologie heeft zelfs gevolgen voor Maxeda's traditionele retail-strategie. "Dat we nu onze resources moeten verdelen over digitale transformatie en traditionele retail maakt het team nog zorgvuldiger in hun afwegingen omdat iedere investering nu telt", zegt Colleau.

"Iedere investering telt nu"

Gemiddeld is niet goed genoeg

"We moeten het beste netwerk hebben en het beste keuzes maken. Dat kan betekenen dat we locaties zullen sluiten om op betere locaties te openen. Ik vind kwaliteit hier het sleutelwoord. We kunnen niet langer genoeg nemen met het gemiddeld. We worden gedereven om het geld van ons bedrijf voorzichtig én optimistisch te investeren."

[Dit MIXonline-bericht is een transcript van passages uit een interview met Guy Colleau uit theceomagazine.com.](#)

Redactie