

Hubo gaat meer meten

14-09-2022 07:00



Vor de nieuwe fase die Hubo ingaat, is digitalisering de uitdaging. Dat [zeggen Miriam de Bruin en Gertjo Janssen in een uitgebreid MIX-interview over Hubo](#).

Bovendien vraagt de markt ook om steeds meer professionalisering. Denk aan klantdata en processen op de winkelvloer. Die processen moeten we allemaal nog strakker voor elkaar krijgen om onze rol in de markt te kunnen spelen. "Hubo is al niet meer de vrijblijvende commerciële samenwerking die het ooit was."

Meetbaar maken, bewijzen

De Bruin zegt: "Vertrouwen is daarbij belangrijk. Maar we willen ook steeds meer bewijzen dat we de goede dingen doen. Door dingen meetbaar te maken, op basis van data en cijfers." Janssen: "Op onderbuik kun je een heel eind komen, maar intussen hebben we feiten nodig. Waar maak je de goede keuzes en waar niet? En hoe draai je die testwinkels? Welke sturingsinfo hebben we? Beschikken we over de goede management-info, wat kunnen we daarvan leren? Wat doen we daarmee en wat vraagt dat van jou als collega? Een volgende fase dus, die Miriam op het lijf is geschreven." De Bruin: "Een testwinkel kan een uitstekend resultaat draaien, maar als je inzoomt, kan dat misschien nóg veel beter. En waar dan? Dat soort analyses maken we meer en meer. Om van te leren, om de juiste keuzes te maken en ze te onderbouwen."

Veel meer potentie

Volgens De Bruin zit er nog meer potentie in het merk Hubo dan de club nu benut. “Ik denk dat we onszelf nog kunnen overtreffen op het gebied van maatwerk. Er zijn nog veel klussen die we niet doen. En ook op gebied van doe-het-zelfassortiment zouden we meer onderscheidend kunnen zijn.” Op het gebied van toevoegen van nieuwe assortimenten? Of door onderscheidende keuzes binnen bestaande assortimenten? “Beide”, zegt De Bruin.

“Bij de ene categorie kan dat makkelijker dan bij de andere. Een schroef blijft een schroef, al heb je daar ook kwaliteitsverschillen. Maar er zijn ook assortimenten die dicht bij het maatwerk komen waar Hubo zich op profileert en waar we meer aandacht aan zouden kunnen besteden.” Denk je dan aan Smart Home of zo? “Bijvoorbeeld. Bij veel assortimenten geldt dat de consument het wel graag wil, maar niet weet hoe. En met dat ‘hoe’ kunnen wij dus helpen.”

Dit is een fragment uit een [uitgebreid MIX-interview met Miriam de Bruin en Gertjo Janssen over Hubo.](#)

Redactie