



Rabobank

Het succes van blurring zit in grenzen accepteren

research.rabobank.com/far

RaboResearch

Food & Agribusiness

far.rabobank.com

Sebastiaan Schreijen

Senior Analyst - Consumer

Foods

Wie wil profiteren van kansen op het snijvlak van foodservice en foodretail moet zijn beperkingen accepteren.

Tijdens de tweede editie van het Food Retail Meets Foodservice-congres van EFMI, FSIN en Rabobank doken we in de wereld van blurring 2.0 aan de hand van een tiental presentaties rondom de thema's gemak en beleving. Wie wil profiteren van kansen op het snijvlak van foodservice en foodretail moet zijn beperkingen accepteren.

De achtergronden van de tien sprekers en presentaties op dit congres liepen ver uiteen – logisch als het om blurring gaat – maar we hebben drie rode draden weten te distilleren:

Focus

Grensvervaging betekent niet dat alles kan en alles lukt. Focus is belangrijk. Coop ondervond in hun twee Coop Vandaag-winkels in Rotterdam dat elk een eigen klantenkring ontwikkelde, met een eigen dynamiek en een eigen assortiment, en dat terwijl de winkels nog geen kilometer van elkaar afliggen. Bakkerijketen van Maanen kiest heel nadrukkelijk voor een specifieke doelgroep om zich te onderscheiden – hun outlet in Delft richt zich geheel op vrouwen.

Alle blurring ten spijt wist GfK op basis van consumentenonderzoek te melden dat klanten nog steeds heel gefocust gaan shoppen. Tachtig procent van de shoppers zijn heel doelgericht en laten zich niet verleiden tot cross-aankopen.

Platformen

Werner Reinartz, professor Retail & Customer Management aan de Universiteit van Keulen, vroeg zich in zijn presentatie af wie er straks de 'eigenaar' is van de klant. Is dat de merkleverancier, de food-retailer, de foodservice-operator of een platform dat vraag en aanbod bij elkaar brengt? Hij zet in op de platformen, die door middel van (big) data de consument de gemakkelijkste oplossingen gaan aanbieden.

Die platformen kwamen ook terug in de presentaties van Beerwulf en La Place. Beerwulf staat los van aandeelhouder Heineken omdat ze een onafhankelijk platform voor speciaalbier willen zijn, en geen webshop van Heineken-producten. Bij La Place kijken ze nadrukkelijk naar wat La Place kan doen voor het Jumbo-merk en vice versa.

Personeel

In nagenoeg alle presentaties kwam het tekort aan gekwalificeerd personeel aan bod. Het is al lastig genoeg om de efficiëntie van een food-retailer en de gastvrijheid van een foodservice-operator in een businessmodel samen te brengen. Het is echter nog veel moeilijker om beide kwaliteiten te vinden in individuele medewerkers.

Het lijkt erop dat blurring niet betekent dat je alles moet doen voor iedereen, maar dat je juist moet concentreren op wat je wie wil aanbieden. De sprekers tijdens het Food Retail Meets Foodservice-congres lieten zien dat je jouw klant alleen gemak en de beleving kunt bieden als je keuzes maakt in assortiment, serviceniveaus, prijsstelling, personeel en misschien zelfs locaties. En als je gaat blurren, is het misschien nog belangrijker met wie je dat samen gaat organiseren om alle benodigde disciplines, ervaring en competenties aan tafel te krijgen.

Colofon

RaboResearch

Food & Agribusiness

far.rabobank.com

Sebastiaan Schreijen Senior Analyst - Consumer Foods

© 2018 – All rights reserved

Dit document is uitsluitend bedoeld voor u en niets hierin creëert of impliceert enig recht tot openbaarmaking of bekendmaking, anders dan aan Coöperatieve Rabobank U.A. ("Rabobank"), statutair gezeteld in Amsterdam, Nederland. Noch deze presentatie, noch enig gedeelte van de inhoud daarvan mag worden gebruikt voor enig ander doel zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Rabobank. De informatie in dit document reflecteert de huidige marktomstandigheden en onze visie daarop, welke onderhevig aan verandering kunnen zijn. Dit document is gebaseerd op openbare informatie. De in dit document opgenomen informatie is samengesteld uit bronnen die als betrouwbaar gelden, echter Rabobank garandeert op geen enkele wijze de juistheid of volledigheid van dit document of de inhoud daarvan en aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid ter zake. De informatie in dit document is slechts indicatief van aard en is bedoeld als discussiestuk. Aan dit document inclusief de daarin opgenomen voorbeelden, commerciële ideeën, prijsindicaties en andere voorwaarden kunnen geen rechten worden ontleend. Dit document kan op geen enkele wijze worden opgevat als een aanbieding, uitnodiging of aanbeveling. Dit document brengt op geen enkele wijze een verplichting voor Rabobank met zich en vormt niet de basis voor enig contract. De informatie in dit document is niet bedoeld en mag niet worden begrepen als een advies (daaronder begrepen maar niet beperkt tot een advies als bedoeld in artikel 1:1 en artikel 4:23 Wet op het financieel toezicht). Op dit document is Nederlands recht van toepassing. Geschillen voortvloeiend uit of anderszins verband houdend met dit document zullen uitsluitend worden voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechter te Amsterdam, Nederland. Dit rapport is gepubliceerd in lijn met Rabobank's langetermijnvisie op de internationale food- en agribusiness. Dit rapport betreft één van de publicaties van de wereldwijde afdeling van RaboResearch Food & Agribusiness.

