

Winkeliers bestrijden malaise verschillend

04-11-2008 00:00

Retailers gaan op verschillende manieren om met de economische tegenwind. Grootste probleem is de keuze voor de juiste interventie om zo'n periode door te komen, stelt onderzoeksbureau McKinsey in zijn periodiek Quarterly.

Volgens McKinsey zijn er verschillende opties om de economische malaise te weerstaan, variërend van kostenreductie door het sluiten van filialen en de herstructurering van ondersteunende functies tot een andere inzet van marketing.

Retailers komen in de verleiding te kiezen voor eenvoudig te implementeren opties en gaan voorbij aan de meer complexe oplossingen die misschien een beter resultaat opleveren en concurrentievoordeel genereren wanneer de economie weer aantrekt, aldus McKinsey.

De opties zijn afhankelijk van twee variabelen: de sterkte/zwakte in termen van een gezonde balans en een goede managementcapaciteit en de mate van volwassenheid van het retailconcept (is er een groot groeipotentieel of is de onderneming volwassen en uitgegroeid). Matrixgewijs ondergebracht leiden deze variabelen tot vier strategische mogelijkheden.

Snelle groeiers met een zwakke balans kiezen dan voor kostenreductie terwijl volwassen bedrijven met een zelfde balans financiële flexibiliteit moeten realiseren. Snelle groeiers met een sterke balans doen meer strategische investeringen terwijl volwassen bedrijven met een goede balans omzetgroei op de korte termijn nastreven.