

Kruidvat luistert naar goede ideeën

02-02-2009 00:00

Iedereen met een nieuw product of een goed idee kan binnen komen waaien op het hoofdkantoor van Kruidvat. De winkelketen organiseert vier keer per jaar de Kruidvat Ideeëndagen, waar de nieuwe producten door inkopers van Kruidvat worden beoordeeld.

Binnen twee weken horen de deelnemers of de inkopers brood zien in hun vinyltafelkleden met hippe print, zelf tegen tepelkloven of het klapscherm dat die lelijke groene klike uit beeld houdt. “De inkopers blijven ook scherp door de ideeën”, vertelt inkoopdirecteur Kees Buur. “Wij moeten ons inleven en weten wat onze klant wil. Dat wordt steeds moeilijker, bij grote fabrikanten als Unilever en Procter & Gamble wordt ergens in een groot kantoor – soms ver weg in de Verenigde Staten – over een product beslist. Contacten met kleinere leveranciers schieten er vaak bij in.”

Met het vier keer per jaar open zetten van de deuren dwingt Buur zijn inkopers een ochtend te luisteren en na te denken over kleine dingen. “Ik heb respect voor ondernemers met drive en lef, die wil ik graag de kans geven.”