

Van der Mark: 'Action is geen gamechanger'

25-11-2014 00:00

Action doet eigenlijk niets anders dan de basisretailwetten toepassen die aansluiten bij de discountketen. "Voor mij is een gamechanger een bedrijf dat een nieuwe markt of niche ontdekt", zegt ceo Ronald van der Mark tegen Management Team.

Wat de discountketen volgens hem doet is basisprincipes vanuit de retail hanteren, zoals focussen op de klant. Dat komt voort uit de oprichters Boris en Gerard Deen en inkoper Rob Wagemakers die langzaam hun activiteiten en assortiment uitbreidden. "Steeds verder ontwikkelen wat de klant nodig had. En steeds veel goedkoper zijn dan anderen", legt Van der Mark uit.

De formule is niet erg flexibel, merkt hij. Zo werden eens drie winkels anders ingedeeld en de producten beter gepresenteerd. In tegenstelling tot de verwachtingen daalde de omzet. Achteraf gingen klanten niet meer de winkel door omdat ze snel de gezochte producten konden vinden. "Bovendien: het zag er mooier uit, maar de klanten dachten dat het dan wel duurder zou zijn."

Echte concurrenten heeft Action niet, stelt de topman. "Maar we moeten wel oppassen dat ze niet komen. Niets is voor eeuwig." De kracht van de discounter ligt in de wisselende assortimenten en de prijzen. De lage prijzen zijn het gevolg van de grootschalige inkoop, efficiënte distributie en een efficiënte organisatie. "Het aandeel restpartijen was in de begintijd honderd procent. Dat is inmiddels nog maar tien procent." Hoewel de prijzen te laag zijn om de online activiteiten actiever te ontplooien, is dat niet per se erg. "Het goede is dat we dus ook daar weer geen last hebben van concurrentie."