

Starbucks lokt klant met lunch en diner

08-12-2014 14:11

Starbucks gaat de komende vijf jaar in de Verenigde Staten inzetten op lunches en diners. Door de toenemende populariteit van online winkelen komen steeds minder mensen naar de binnensteden voor een kop koffie. Met het aanbieden van maaltijden hoopt de keten zijn omzet en winst toch te verhogen, zo schrijft de Volkskrant.

Voor de nieuwe strategie zal Starbucks het woord 'coffee' uit zijn logo halen. Ook zal aan de app van de koffieketen een mobiel bestel- en betaalsysteem worden toegevoegd, waardoor klanten gemakkelijker kunnen worden geholpen.

De omzet uit de verkoop van voedsel moet in de komende vijf jaar verdubbelen tot vier miljard dollar (3,3 miljard euro). Daarnaast moet de jaarlijkse omzet met tien procent groeien en zal de winst per aandeel met vijftien tot twintig procent moeten stijgen.

Starbucks telt momenteel 32 vestigingen waar klanten kunnen dineren. In de komende vijf jaar moet dit aantal stijgen tot 2700 winkels, een kwart van alle Amerikaanse Starbucks-filialen. Het openen van nieuwe vestigingen in de VS heeft volgens de keten vanwege de verzadiging van de markt weinig zin.