

Halfords 2.0 grijpt naar prijswapen

23-03-2015 07:54

Halfords slaat na zijn doorstart een nieuwe koers in met prijsverlagingen en een assortiment gericht op kinderveiligheid. Door onder meer de prijzen stevig te verlagen wil de winkelketen onder de noemer Halfords 2.0 naar eigen zeggen de verwachtingen van klanten overtreffen.

“Inmiddels zijn al honderden artikelen in prijs verlaagd”, aldus voorzitter Peter Verveen van de raad van commissarissen. Daarnaast worden productgroepen als autoradio’s vervangen. Halfords gaat bijvoorbeeld auto-onderdelen rechtstreeks verkopen aan consumenten. “Wij doen dat op basis van een prijsstelling die twintig procent lager ligt dan gebruikelijk”, stelt Verveen.

Daarnaast wil de winkelketen zich sterker richten op producten rond kinderveiligheid door onder meer autozitjes aan te bieden. “Daarin willen we beter worden dan welke babywinkel of bouwmarkt ook”, zegt hij in het Algemeen Dagblad. Tegelijkertijd blijft de retailer zich met producten als rollators en elektrische fietsen richten op oudere consumenten.

Binnen de huidige mobiliteitsbranche zijn volgens Halfords voldoende mogelijkheden om een rol van betekenis te kunnen spelen. Zo is onder consumenten nog altijd vraag naar fietsen, -accessoires en autoprodukten, aldus Verveen. “En als enige aanbieder van deze productcombinatie zijn wij voor leveranciers in deze sector een belangrijk nationaal dekkend distributieplatform.” De vernieuwingen van de fysieke winkelformule worden in augustus afgerond. Naar verwachting kunnen consumenten in september online bij de winkelketen bestellen.

Halfords beschikt na zijn doorstart nog over 54 vestigingen. De keten vroeg in oktober 2014 faillissement aan voor de 102 eigen winkels. De franchisenemers die buiten het bankroet vielen maakten een doorstart en zijn voortaan tevens aandeelhouders van de doorgestarte formule.