

Makro rolt nieuw belevingsconcept uit

08-10-2015 07:15

Makro heropent zijn vestigingen in Breda en Groningen volgende week met een volledig nieuw concept. De zelfbedieningsgroothandel richt zich daarin meer op beleving, stelt managing director Kef van Helbergen. “Nu mensen steeds meer online kopen, wordt voor retailers de winkelbeleving steeds belangrijker.”

Klanten van Makro willen volgens Van Helbergen niet alleen gemak en goede producten, maar ook geïnspireerd worden. Het assortiment is daarom geordend naar zogenoemde belevingswerelden, terwijl de winkelpresentatie een flinke opfrisbeurt heeft gekregen. Er wordt gebruikgemaakt van kleur om de verschillende werelden te onderscheiden, food- en non-foodproducten worden bij elkaar gepresenteerd en er zijn kookdemonstraties en proeverijen.

Verder heeft Makro geïnvesteerd in advies en service, door de productkennis van medewerkers te verhogen via trainingen. Zo is er een kaasspecialist op de kaasafdeling, waar meer dan driehonderd soorten kaas te koop zijn.

Het belevingsconcept werd vorig jaar geïntroduceerd in Vianen en sloeg volgens Van Helbergen goed aan bij zijn klanten. Daarom werd het concept eerder dit jaar al uitgerold naar Duiven en Nuth. Na de heropening van de winkels in Breda en Groningen is een kwart van de vestigingen vernieuwd.