

Makro-topman: 'Non-food wordt een hulpmiddel'

17-12-2015 13:00

Makro gaat zich in ons land weer nadrukkelijker richten op ondernemers. "De afgelopen jaren kwamen steeds meer particulieren naar Makro en dat maakte het voor zakelijke klanten minder bijzonder", zegt managing director Kef van Helbergen in [Het Financieele Dagblad](#).

Met name kleine zelfstandigen en zzp'ers worden volgens Van Helbergen nu door niemand in de branche bediend. De nieuwe strategie van de groothandelketen zorgt ervoor dat de rol van non-food verandert. "Waar non-food en food vroeger gescheiden waren op de winkelvloer, worden die nu steeds verder geïntegreerd."

Makro rolt momenteel een nieuw belevingsconcept uit in ons land, met onder meer een 'Koffiewereld'. Daar vinden klanten zowel koffiebonen als -machines. "Non-food blijft strategisch van groot belang, maar zal wel steeds meer een hulpmiddel worden om foodproducten aan de man te brengen", aldus Van Helbergen.

De topman laat verder weten dat er wordt nagedacht over het toevoegen van diensten in de winkel. Als voorbeeld noemt hij een informatieavond over pensioenen, met een goede wijnproeverij erbij. Dat is een manier om klanten te binden, aldus Van Helbergen. "En in het beste geval nemen ze aan het eind van de avond ook nog een paar kistjes wijn mee naar huis."

Eerder deze week werd bekend dat Makro zijn omzet in ons land met 3,4 procent heeft zien teruglopen. De groothandelketen was het afgelopen boekjaar goed voor 953 miljoen euro omzet.