

Formido grijpt minder naar het prijswapen

17-12-2015 16:41

Formido richt zijn pijlen minder op omzet en meer op het vergroten van de marges. “Kortingen van 25 naar twintig procent, nog steeds acties, maar wat minder vaak”, zegt algemeen directeur Jan van den Ham in [Karwei Management](#). “Maatregelen die de consument nauwelijks merkt, maar voor de ondernemer onderaan de streep goed merkbaar zijn.”

Er zijn volgens Van den Ham drie knoppen waar aan gedraaid kan worden: omzet, marge en kosten. Formido heeft de afgelopen jaren gevochten voor een groter deel van de koek, zegt hij. “Als er pijn in de portemonnee komt moet eerst die pijn weggehaald worden.”

Het probleem is echter dat de andere knoppen meebewegen, als je aan één knop draait. “Je hebt ervaring en routine nodig om in te schatten wat het effect is van het draaien aan de knoppen. Dat spel moet je optimaal spelen.”

Formido is de afgelopen jaren tussen de vijftien en twintig procent kwijtgeraakt, berekent hij. “De omzet is nog niet helemaal zoals we willen, maar evengoed prima.” Hij wijst erop dat de markt weer wat opleeft. Zo worden er meer huizen verkocht en komt het vertrouwen van consumenten terug. “De omzet in de bouwmarkten neemt wel weer wat toe, maar we zijn er nog lang niet.”