

‘Klanten behouden is hoogste prioriteit HelloFresh’

21-04-2016 07:00

Veel klanten van HelloFresh haken af zodra het nieuwe er vanaf is. Dat blijkt volgens het Algemeen Dagblad uit [onderzoek](#) van supermarktoprofessor Marcel van Aalst naar het bedrijfsmodel van de maaltijdboxbezorger.

Hoe lang abonnees gemiddeld klant blijven bij HelloFresh, wil ceo Maartje Frederiks niet kwijt. “Het behouden van klanten heeft nu onze hoogste prioriteit”, zegt ze wel. Daartoe heeft de maaltijdbezorgdienst onder meer een ruimere keus aan gerechten geboden op basis van enquêtes onder klanten. Ook is een tevredenheidsmanager aangesteld, naar aanleiding van klachten over agressieve verkoopmethoden. In verband met die ophef is ook het marketingbudget in Nederland verlaagd, zegt Frederiks.

De Consumentenbond maakte in februari melding van een reeks klachten die binnenkwam over HelloFresh. Zo zouden de voorwaarden op de cadeaukaarten onduidelijk en verwarrend zijn. Die werd daarop aangepast. Ook zouden de verkopers aan de deur technieken hanteren die klanten als ‘agressief, te jolig, hardnekkig en respectloos’ beschreven.

HelloFresh maakte vorige week bekend zijn omzet in 2015 te hebben zien groeien van 69,6 miljoen naar 305 miljoen euro. Tegelijkertijd is het negatieve bedrijfsresultaat (ebitda) verzevenvoudigd, van 12,2 naar 86,2 miljoen. HelloFresh is in Nederland met afstand marktleider met een aandeel van zeventig procent in de markt voor maaltijdboxaanbieders.