

'Nederlandse supers laten 600 miljoen liggen'

17-05-2016 15:00



Door een betere indeling van producten in de schappen zouden Nederlandse supermarkten meer omzet kunnen genereren. De verkoop van houdbare levensmiddelen kan zeshonderd miljoen euro meer opleveren. Dat is een potentiële plus van drie procent, blijkt uit onderzoek van Nielsen.

De toename van het aantal producten loopt niet altijd synchroon met de toename van de omzet, constateert director sales effectiveness Roberto van Taunay van Nielsen. Door de schaarse ruimte moeten retailers keuzes maken, waarbij bijvoorbeeld de balans tussen huismerken en A-merken niet altijd optimaal is.

“Het kiezen van de juiste mix van producten binnen de categorieën biedt significante omzetkansen voor zowel retailers als fabrikanten”, stelt Van Taunay. Supermarkten in Nederland doen het volgens het rapport slechter dan die in andere Europese landen. In Europa groeit in tachtig procent van gevallen waarbij de assortimentsbreedte is gegroeid, ook de omzet. In Nederland is dat slechts zestig procent.

Het rapport adviseert in sommige gevallen het aantal producten in de schappen terug te brengen. “Meer producten toevoegen voor nieuwe trendy categorieën of segmenten is belangrijk, maar er is een verzadigingspunt waarbij te veel producten op het schap een negatieve impact kunnen hebben op de verkopen.”