P&G werkt intensiever samen met winkelketens

07-06-2016 07:44



Procter & Gamble kiest niet meer standaard voor zoveel mogelijk verkooppunten. “Dat is een ouderwetse gedachte”, zegt directeur Rob Manhoudt van de Amerikaanse fabrikant in Nederland tegenover Het Financieele Dagblad.

P&G heeft het aantal merken in zijn portfolio de afgelopen jaren drastisch teruggebracht. De 65 overgebleven merken moeten met behulp van nieuwe technologie groeien. “Voor onze grote merken zitten er grote innovaties in de pijplijn”, aldus Manhoudt.

Daarnaast brengt de fabrikant dinsdag met Swisse een nieuw merk op de Nederlandse markt. Onder meer Kruidvat, Etos, Wehkamp en bol.com verkopen de potjes multivitaminen en voedingssupplementen uit Australië.

Voor de introductie van nieuwe producten gaat P&G volgens Manhoudt meer dan voorheen intensievere samenwerkingsvormen met winkelketens aan. “We spreken bijvoorbeeld met Kruidvat of Albert Heijn af hoe we een nieuwe product samen, met promotie op de winkelvloer, groot kunnen maken.”