

Picnic: 'Supermarkten zijn pure marketingbedrijven'

06-09-2016 04:01



Supermarkten zijn alleen maar aan het pushen om klanten te verleiden zoveel mogelijk te kopen. Het zijn 'pure marketingbedrijven' geworden, zegt medeoprichter Joris Beckers van Picnic in het septembernummer van RetailTrends. "Dat is een kunst hoor, maar niet onze manier."

In een supermarkt vinden consumenten volgens Beckers tien soorten zeezout, twaalf soorten meel en acht soorten zilvervliesrijst. "Het schap is puur presentatie en als je daar maar twee soorten zeezout hebt staan kun je die niet eens vinden." De klant heeft daar zelf echter nooit om gevraagd, stelt hij. "Daarom hebben wij er maar twee."

Picnic wil expliciet niet méér verkopen, benadrukt Beckers. De vorig jaar gestarte app-only supermarkt heeft het boodschappenproces als vertrekpunt. Zo wordt er onderzocht hoe het boodschappenmandje zo snel mogelijk gevuld kan worden en hoe vaak herhaalaankopen bovenaan in de productenlijst moeten staan. "Dat is een heel ander uitgangspunt dan de marketeer die zich afvraagt: hoe verkoop ik zoveel mogelijk? Onze klanten geven ook aan dat ze het fijn vinden vooral artikelen te kopen die ze daadwerkelijk nodig hebben", aldus de medeoprichter.

Het is volgens Beckers een kwestie van luisteren naar de klant, iets wat veel grote ondernemingen niet meer kunnen. Niemand heeft ooit aan de klant gevraagd of hij de keuze wil hebben uit honderd bezorgmomenten in een week, zegt hij. Hoewel dat als noodzakelijke service wordt gezien, wil de klant volgens Beckers gewoon op

een goed moment goed en in een kort tijdvak geleverd krijgen. “Je kunt wel honderd momenten bedienen, maar dan zit je met al die verschillende tijden, moet je uren op de bezorger wachten en je betaalt er ook nog eens voor. Die hele bezorgervaring is vrij beroerd.”

Beckers vertelt in het septembernummer samen met medeoprichter en gasthoofdredacteur Michiel Muller over het eerste jaar van Picnic. Een gesprek over de mens als gewoontedier, de moeilijkheid van veranderen en kansen die anderen niet zien. “Wat wij doen is vergelijkbaar met de introductie van de discountsuper.” [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)