

## RetailTrends 9: Michiel Muller, Tony Hsieh en voedselverspilling

06-09-2016 12:49



Serieondernemer en medeoprichter van Picnic Michiel Muller is gasthoofdredacteur van het septembernummer van RetailTrends. In de nieuwste editie zomeren we na met onder meer:

- de psychologie van veranderen
- een portret van Zappos' Tony Hsieh
- supers en de strijd tegen voedselverspilling
- monowinkels
- co-retailing en de kracht van verrassende samenwerkingen
- Nir Eyal over hoe consumenten verslaafd raken aan een product
- de RetailRookies 2016-2017
- Interview Picnic-oprichters Michiel Muller en Joris Beckers

Bij de introductie van app-only super Picnic twaalf maanden terug werd het businessmodel van de startup - gratis bezorging en de laagste productprijs –door retailwatchers bestempeld als een onmogelijke missie. “Die zitten vast in hun eigen geconditioneerdheid”, verzekeren medeoprichters **Michiel Muller en Joris Beckers** in het septembernummer van RetailTrends. “Het gebeurt nu namelijk onder hun neus. Wat wij doen is vergelijkbaar met de introductie van de discountsuper.”

**Picnic** verkoopt net als de traditionele supermarkt levensmiddelen, maar volgens Beckers is er één groot

verschil. “Supermarkten zijn pure marketingbedrijven geworden en pushen alleen maar, bij ons staat het boodschappenproces centraal. Natuurlijk willen wij veel verkopen, maar expliciet niet meer.”

Net als iedere retailer worstelt Picnic met het vinden van goede programmeurs en econometristen. “We vissen in dezelfde vijver als Google, Uber en Airbnb.” Al heeft de gemiddelde retailer een ander probleem, stellen de ondernemers: “Die heeft helemaal geen plan. Ja, het bouwen van een website. Het enige plan is dat hij ook een stukje van de taart wil. Hij wil niet vernieuwen. En dat vindt de jonge generatie totaal niet interessant. Zij willen iets groters. Wij stellen ze voor uitdagingen. Hoe kunnen wij bijvoorbeeld de standaard neerzetten voor moderne voedselvoorziening voor stedelijke gebieden?”

Ze ruiken kansen, tonen lef én dragen bij aan consumentenverwachtingen. Maak kennis met de **RetailRookies 2016-2017**: tien jonge, innovatieve ondernemers en concepten die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de winkelstraat kleur geven. Deze derde editie is samengesteld door de redactie in samenwerking met gasthoofdredacteur Michiel Muller. Wie worden de opvolgers van onder meer Leapp, Yogurt Barn, Hutspot, Stach Food, BloomOn en Koop en Koe?

Samenwerkingen met andere partijen bieden retailers legio voordelen. Zowel met partners binnen als buiten de retail kan het zorgen voor nieuwe klanten, verrassende producten en extra omzet. Ook als die samenwerking op papier nergens op slaat. Over de kansen en uitdagingen van **co-retailing**. “Dit is de evolutie waar retailen naartoe gaat.”

Van alle schakels in de keten is de **voedselverspilling** onder retailers het kleinst, maar hun invloed is dat zeker niet. Hoe staat het met de wil van supermarkten om het afval tot het minimum te beperken? “Supermarkten zijn grotendeels afhankelijk van hun groenten- en fruitomzet en daarom huiverig voor de kwaliteitsperceptie van klanten.”

Zijn propositie: bestel schoenen bij ons en kijk of ze bevallen. Zo niet, stuur ze op onze kosten terug en je ontvangt het geld retour. Dat kan allemaal binnen – let op – 365 dagen. Het resultaat: de excentrieke **Tony Hsieh** maakte van het onlineschoenenbedrijfje Zappos een onlinegigant en gaf het begrip klantenservice geheel nieuwe dimensies.

Elke retailer droomt ervan: een product of dienst ontwikkelen waar consumenten niet meer zonder kunnen, dat onder hun huid gaat zitten. **Hoe sla je de consument aan de haak** en hoe houd je hem daar? De vier kenmerken die de Facebooks, Amazons en Googles van deze wereld gemeen hebben. In gesprek met Hooked-auteur Nir Eyal over hoe je mensen verslaafd maakt aan een product. “Zodra een product vast onderdeel van iemands gedrag is, zijn dure pr-campagnes overbodig.”

**Monowinkels** of superspeciaalzaken, er lijken er steeds meer van te komen. Ze verkopen een product waarvoor normaal gesproken hooguit een bescheiden plek in het winkelschap is weggelegd. Twaalf superspecialisten over de grens.

#### **Ook in het septembernummer:**

- Meer doen met data en analytics
- Vijf onconventionele managementstrategieën
- Hoe Prénatal zijn voorraad optimaliseert
- Selfie met medeoprichter Koert Otten van Vitaminstore

Het septembernummer verschijnt vrijdag 9 september of ontvang de nieuwe editie donderdag 8 september tijdens het Retail & Brands Festival. [Klik hier voor een abonnement.](#)