

Unilever-topman: 'Retailers, ga weer waarde creëren'

24-01-2017 07:55



Retailers zijn verstrikt geraakt in een 'domme oorlog', waarbij de prijzen steeds lager komen te liggen. Dat zet de traditionele industrie onder druk, stelt Jan Zijderveld, president van Unilever Europe, op het Anton Dreesmann Jaarcongres.

Zijderveld wijst erop dat veertig procent van alle producten inmiddels voor onder de normale prijs wordt verkocht. Tegelijkertijd wordt er bijvoorbeeld minder geld besteed aan innovatie. Merken moeten terug naar hun 'core purpose', stelt hij. Zo zouden merken waar de purpose helder is twee keer zo snel groeien dan andere merken.

De focus bij retailers ligt nu op de inkoop, maar moet volgens Zijderveld weer op de verkoop komen te liggen. "Ga weer waarde creëren", luidt zijn boodschap.

Unilever komt zelf met proposities voor zowel onder- als bovenin de markt. Zo wordt de Cornetto voor een euro verkocht, terwijl klanten in Pleasure Stores hun eigen Magnum kunnen creëren. "In Rome vertelden twee klanten dat ze een uur in de auto hadden gezeten om alleen een Magnum te komen halen." Zijderveld wijst ook op de winkels van het mosterdmerk Maille, die op steeds meer locaties opduiken. Klanten kunnen daar terecht voor een potje mosterd van tientallen euro's.