

# Zo wil Makro de zelfstandige ondernemer lokken

23-02-2017 11:03



Makro kondigde een jaar geleden de nodige ingrijpende veranderingen aan. Het schrappen van zeshonderd banen in drie jaar tijd was er daar een van. Een andere was in de investering van vijftig miljoen euro in vernieuwing. Dat wordt onder meer gestoken in een nieuw winkelconcept, waarbij de vestigingen worden omgebouwd tot 'unieke marktplaatsen'.







De nieuwe winkels zijn compacter en het assortiment is gehalveerd. Daarnaast wil Marko geen traditionele zelfbedieningsgroothandel meer zijn, maar een trefpunt voor zelfstandige ondernemers. Geen winkel, maar een 'fysieke, digitale en mentale omgeving' waar ondernemers kunnen kopen, (net)werken en zakendoen. Daarvoor is een netwerkplein ingericht, in het hart van de winkel.







De vestigingen zijn door ontwerpbureau Brandnew verder voorzien van een meer 'frisse en eigentijdse' uitstraling. Duidelijke iconen en productfotografie moeten klanten eenvoudig naar de juiste afdeling wijzen. Op ooghoogte zijn voor een 'menselijke touch' per afdeling actiefoto's van ondernemers met de producten toegevoegd.







Het concept bouwt deels verder op het 'belevingsconcept' dat in 2015 werd geïntroduceerd. Daar lag de focus vooral op bieden van inspiratie, in een tijd waarin steeds meer online wordt gekocht.





