

Moyee twijfelt tussen off- en online retail

27-03-2017 14:27



Oprichter Guido van Staveren van Dijk van Moyee Coffee heeft een voorkeur voor het online verkopen van koffie. “Maar tegelijkertijd weten we dat zeventig procent van de koffie via winkels wordt verkocht”, zegt hij tegen RetailNews.

Moyee verkoopt koffie die is gebrand volgens het zelfbedachte FairChain-principe. Dat houdt onder meer in dat bonen in het land van herkomst worden gebrand, waardoor de helft van de opbrengst voor de lokale ondernemers is. Een onlinestrategie heeft de voorkeur van Van Staveren van Dijk omdat klanten veel beter te volgen zijn. Hoewel daar ook in winkels steeds betere methoden voor zijn, gaat het daar volgens de oprichter toch vaak nog om ‘domme data’.

Moyee verkoopt momenteel koffie via een eigen abonnementsdienst en biologische supermarktketen MarQt. Om op te schalen is meer naamsbekendheid nodig, weet Van Staveren van Dijk. “Het gaat bij een partij als Albert Heijn om rotatie en rendement. Als je in het schap staat te verstoffen, heeft het weinig zin.”

Van Staveren van Dijk geeft op [RetailWatching](#) zijn uitgebreide visie op de koffieketen, en hoe Moyee daarin een revolutie wil ontketen.

Changemakers in Retail op 9 mei in Utrecht

Guido van Staveren van Dijk is één van de sprekers op het event Changemakers in Retail, waar je pioniers

ontmoet en praktische handvatten krijgt voor nieuwe businessmodellen, innovatie en leiderschap.

Changemakers in Retail is een event van RetailTrends Media over verandering en kansen. Staan voor product, merk, consument, werknemers en de wereld biedt kansen voor groei en onderscheidend vermogen. Waar kan uw bedrijf het verschil maken? www.changemakersinretail.nl