La Place beraadt zich op online stappen

17-10-2017 15:55



La Place heeft al verschillende tests gedaan om te onderzoeken of online een serieuze optie is. “De grote vraag is of we het intern georganiseerd krijgen”, zegt ceo Bart van den Nieuwenhof in de FSIN Food 500.

Uit de pilots blijkt volgens Van den Nieuwenhof dat consumenten online mogelijkheden bij La Place waarderen. Het is een markt die La Place ‘moet voeden’, zegt de topman. De grootste uitdagingen zijn volgens hem de automatisering, orderverwerking en een constantie productstroom. Dat komt omdat La Place zich volgens de ceo kenmerkt door diversiteit per locatie. “We kijken dus of online bij ons kan gaan passen, of dat we onszelf wellicht passend moeten maken.”

La Place moet op den duur lokaal online actief zijn, zegt Van den Nieuwenhof. “Ik kan me voorstellen dat je in grote steden goed kantoren en huishoudens kunt bedienen.” Of e-commerce op landelijke schaal iets voor de horecaformule is, weet hij nog niet. De komende twee jaar richt La Place zich nog vooral op het uitbreiden van het aantal vestigingen.

Vanuit gemaksformule Jumbo City worden al maaltijden thuisbezorgd. Van den Nieuwenhof liet eerder al doorschemeren dat thuisbezorging van maaltijden ‘een kleine stap’ is nu Jumbo ermee begint, maar dat het voor La Place nog te vroeg komt.

Bekijk op RetailTrends de meest opvallende trends uit de FSIN Food 500 van dit jaar.