

Online supermarkt Crisp is 'opgezet om vlot winst te maken'

29-11-2018 15:10



De nieuwe online verssupermarkt Crisp verwacht snel zwarte cijfers te schrijven. “Dan moet je denken aan eerder binnen drie jaar dan binnen acht of negen jaar tijd”, zegt medeoprichter Tom Peeters tegenover [RetailTrends](#).

Crisp is volgens Peeters opgezet om relatief snel winst te maken. Daarmee doelt hij onder meer op het type bestellingen. “Wij richten ons op mensen die groter inkopen, bijvoorbeeld weekboodschappen doen, niet op de pizza voor vanavond.” Daarnaast wordt veel in-house gedaan. Zo heeft een eigen technisch team van developers een backendsysteem ontwikkeld, waarmee Crisp in directe verbinding staat met leveranciers. Daardoor kunnen niet alleen makkelijker nieuwe leveranciers worden aangesloten, maar hoeft ook niet van tevoren worden ingekocht. “We kunnen werken met minimale of zelfs geen derving op productstromen.”

Crisp richt zich op consumenten ‘met een druk leven die beter willen eten’, zegt Peeters. Hij doelt op de groep die wel naar de reguliere supermarkt gaat, maar er niet meer aan toekomt om naar de speciaalzaak te gaan. “Voor hen willen we een probleem oplossen, we zijn niet per se een winkel voor iedereen.”

De app-only supermarkt moest kort na de start noodgedwongen de deuren sluiten en een wachtrij in het leven roepen, omdat de capaciteit de vraag niet aan kon. Binnen enkele weken is Crisp weer voor iedereen toegankelijk, verwacht Peeters. “Tot en met de Kerst kunnen we tienduizend klanten bedienen.”

Lees op [RetailTrends](#) meer over de nieuwste uitdager van Picnic.