

Halfords zet in op de 'latente kracht van het merk'

02-04-2019 16:11



De 31 franchisenemers van Halfords behaalden de afgelopen jaren een groei van vijf tot zeven procent. Met die groep wil Halfords zich richten op een nieuwe start. "De groep die is overgebleven heeft het ook in lastige tijden waargemaakt. Daar ligt de basis waaruit verder gewerkt kan worden om de groei weer op te pakken." Dat vertelt formuledirecteur Dick Manintveld tegenover [RetailTrends](#).

Volgens Manintveld is er latente kracht aanwezig in het merk. "Natuurlijk is het imago van een failliet Halfords een thema. Maar mensen weten ook al snel te vertellen dat Halfords iets met auto en fiets was." Het bedrijf wil de komende tijd ervoor zorgen dat klanten weten dat Halfords kennis van zaken heeft en behoudt daarbij de oude formule, met een scherpere focus op online waarbij de online infrastructuur ook op orde wordt gebracht.

Het aanbod in de winkels blijft gelijk aan wat het was, maar wordt wel geactualiseerd. Ook online zal het aanbod worden uitgebreid. Door groei online te realiseren hoopt het bedrijf bovendien traffic naar de winkel te genereren voor service en advies. "Die combinatie moet het merk Halfords lading geven."

Na het faillissement in 2014 maakten 52 Halfords-franchisers een doorstart. Daar zijn er vijf jaar later nog 31

van over. “De overgebleven franchisers zijn ervan overtuigd dat de winkel het niet gaat redden zonder online en online redt het niet zonder de winkels”, zegt Manintveld. Volgens hem moeten zowel de ondernemers als de organisatie zijn verantwoordelijkheid nemen in deze nieuwe start om 'één en één is drie te maken, en niet één min één is nul, zoals in het verleden vaak gebeurde'.

Lees op RetailTrends meer over [de nieuwe start van Halfords](#).