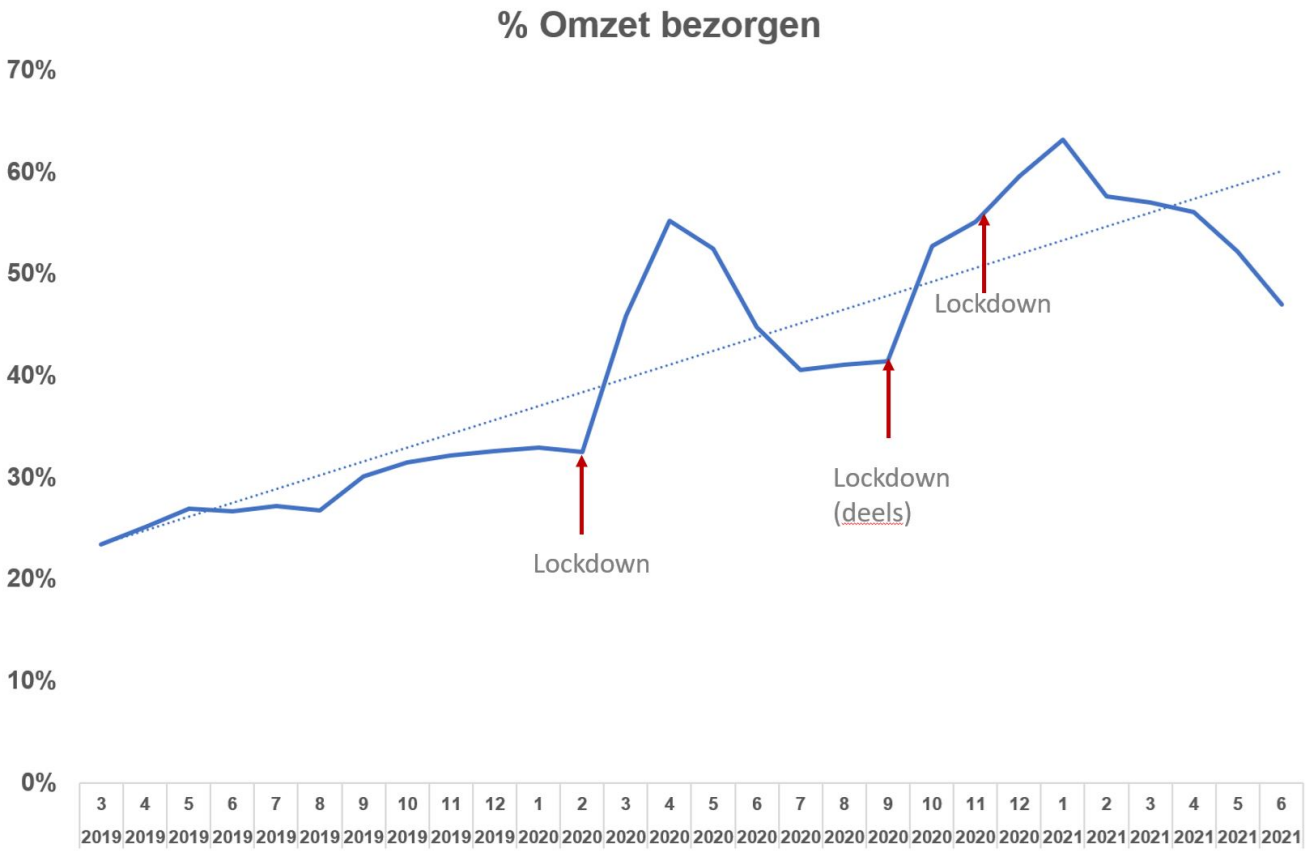
Verse friet en hamburgers bezorgen zorgt voor dubbelcijferige omzetgroei Kwalitaria

07-11-2021 23:00

Sinds de coronacrisis weten we het écht zeker: online ordering en bezorging is niet meer weg te denken. Daar waar veel pizzaketens al decennia thuisbezorgen gold dat tot voor kort nauwelijks voor snackbars & cafetaria's. De versheid van het product is daar immers nog belangrijker, de consument wil verse, knapperige en warme frites.

De ontwikkelingen op het gebied van bezorging gaan snel, de logica van gisteren is niet die van vandaag. Kwalitaria, een franchiseformule van Food Franchise Company (FFC) met meer dan 130 vestigingen in Nederland, heeft ingezet op bezorging als een wezenlijk onderdeel van de business. En tot verrassing van velen: binnen 2 jaar is het aandeel bezorging in de omzet gestegen van 20% naar bijna 50% (zie grafiek).



Groeiambitie
Kwalitaria heeft de smaak te pakken en wil verder doorgroeien. De juiste locaties en geschikte ondernemers vinden is daarbij cruciaal. Maar wat zijn de juiste vestigingslocaties? Kwalitaria ging in zee met de business partners Locatus (leverancier van retail data) & The Big Data Company (ontwikkelaar van slimme data-gedreven-modellen) om te achterhalen wat de succesfactoren zijn van bestaande vestigingen. Voor afhalen, bezorging en de combinatie van beiden.

Omzetvoorspelmodel op basis van succesfactoren
Het project is in het eindstadium en de succesfactoren zijn bekend. De leerlessen worden verwerkt in een omzetvoorspelmodel met bijbehorende software (Retail Revenue Calculator). Hiermee kan Kwalitaria zelf voor iedere locatie op de digitale kaart van Nederland verkennen waar kansen liggen. De exacte samenhang van succesfactoren en hun gevoeligheid zijn uiteraard niet openbaar, wel zijn partijen bereid **inzichten met betrekking tot bezorging** in de kantlijn van het project te delen.

Mattijn Bezemer van The Big data Company die inhoudelijk betrokken is bij het project, geeft enkele inzichten prijs aan de hand van 7 stellingen.

Waar of niet waar?

1. De groei van bezorging is tijdelijk, vooral ingegeven door Corona lockdowns.
Niet waar. Na het opheffen van de lockdowns zien we slechts een lichte terugval van het aandeel van bezorging. De stijging van 25% bezorging (voor Corona) naar 50% (ruim na de laatste lockdown) is duidelijk. De Corona periode heeft voor een enorme versnelling gezorgd in de acceptatie van bezorging door snackbars en cafetaria's.

2. De groei van bezorging gaat ten koste van de omzet door afhalen.
Voor een deel is dat waar, er zijn klanten die voorheen altijd afhaalden en nu (regelmatig) kiezen voor bezorging. We zien de omzet door afhalen bij veel vestigingen die succesvol zijn in bezorging iets teruglopen. Anderzijds leidt bezorging vaak tot een groter afzetgebied, waardoor er nieuwe klanten worden bereikt die anders niet komen.

3. Uiteindelijk brengt bezorging nauwelijks extra omzet, terwijl de marge lager is vanwege de bezorgkosten.
Onjuist. De relatieve performance van de vestigingen die afhalen en bezorgen ligt over de laatste 2 jaar 30% hoger dan van de groep die alleen aan afhalen doet. Ook absoluut is er sprake van zo'n 20% omzetgroei in de groep van afhalen en bezorgen. De marge berekening valt buiten de scope van het project, de bezorgkosten drukken de marge uiteraard.

4. Het succes van bezorging hangt af van veel factoren.
Helemaal waar. Allereerst een goede lokale partner die de bezorging organiseert. Snelheid en kwaliteit is cruciaal. Daarnaast de manier waarop de ondernemer zich op online (sociale media) manifesteert om de mogelijkheden van online bestellen en bezorgen prominent onder de aandacht te brengen. Tenslotte de omgevingsfactoren: hoeveel potentiële klanten kunnen worden bereikt, staat deze groep open voor bezorging en in welke mate is er (online) concurrentie van snackbars en cafetaria's.

5. Er zijn grote lokale verschillen in de acceptatie van bezorging in Nederland.
Absoluut. We noemen er drie. 1) In de Randstad / stedelijke gebieden is bezorging meer geaccepteerd, 2) de leeftijdsgroep onder 45 jaar bestelt veel gemakkelijker online en 3) het inkomensniveau is van invloed. Gezinnen met meer koopkracht (en minder tijd) kiezer eerder voor het gemak van laten bezorgen.

6. Bezorging is voor iedere vestiging aan te raden.
Voor veel locaties voegt bezorging veel toe maar niet voor allemaal. Als de locatie in een dunbevolkt gebied ligt en de omgevingsfactoren ongunstig zijn kan de marge berekening negatief uitvallen. Als de factoren wel gunstig zijn kan je eigenlijk niet achterblijven, anders ga je uiteindelijk serieus omzet verliezen aan concurrenten.

7. In de toekomst stijgt het aandeel bezorging naar 75%.
Dit vereist een glazen bol, toch kunnen we er wel iets over zeggen. Het aandeel bezorging in de groep van jonge mensen (30-) ligt al ruim boven de 50%. Ze kiezen voor gemak. De groep jongeren schuift langzaam op naar de volgende leeftijdsgroepen. Dus het is het aannemelijk dat het huidige percentage online bezorging van 50% verder zal stijgen richting wellicht 75%.

De snackbars & cafetaria's gaan naar verwachting niet verdwijnen maar wel veranderen: wat kleinere zaken in oppervlakte met een goed georganiseerde keuken die is ingericht op kwaliteit en houdbaarheid in combinatie met snelle bezorging na bestelling.

Geïnteresseerd in de succesfactoren van jouw business en of hoe u het beste locaties kiest in deze veranderende retailmarkt? Neem dan contact op met Locatus.