

Actie-ombouw op zondag achterhaald, zeker tijdens EK'

AMSTERDAM - De zondag is voor de supermarkt zo langzamerhand een topdag aan het worden. Toch wordt juist dan in de winkels vaak het actie-assortiment gewijzigd. Tijdens dit EK voetbal, en met mooi weer, komt het probleem duidelijk aan het licht. Die conclusie trekt retailconsultant en Distrifood-columnist Eelco Hos.



De winkel die Eelco Hos aantrof, enkele uren voor een wedstrijd van Oranje op een zondag.
Foto: Eelco Hos

Het is een bekend beeld op zondag: de winkel ombouwen en acties voorbereiden voor de nieuwe week. Anno 2021 echter een gemiste kans op nóg meer omzet en bovendien storend voor de klant. Eelco Hos begrijpt het wel, de 'parttime staff' is op die momenten het best beschikbaar.

Maar het strookt niet meer met de realiteit van nu, waar de zondag steeds hogere omzetten scoort. Hos liep op een zondag, vlak voor de eerste EK-wedstrijd van Oranje en met heerlijk barbecueweer, door een AH-filiaal en wist niet wat hij zag. Lege actiestraten en verse bonusproducten, zoals tapas, die pas vanaf maandag gelden. 'Wie heeft bedacht dat het een goed idee is om alle versacties al omgebouwd te hebben? En de actiestraat leeg te halen? Daar kun je niet tegenop innoveren of optimaliseren', was zijn post op LinkedIn. Hij veronderstelt dat het exemplarisch is voor winkels in het land en wordt daarin bevestigd door branchekeners.

Replenishment

Zijn bevindingen raakten een gevoelige snaar, gezien de vele reacties die er op volgden. Zoals die van Peter Peels, eigenaar van Peter Peels Retailconsultancy en voorheen als director operations bij AH verantwoordelijk voor 68 Albert Heijn-franchisewinkels in Zuidoost-Nederland. Hij begeleidt op dit moment franchisers van de marktleider. 'Dit is al meer dan 10 jaar een probleem', stelt Peels. 'Niet alleen bij AH, maar bij nagenoeg alle formules. De zondag begon ooit met beperkte openingstijden van 16 uur tot 19 uur, maar inmiddels is deze dag met ruime openingstijden goed voor 10 tot 15 procent van de weekomzet. Zelfs de weekboodschappen worden tegenwoordig op zondag gedaan.'



Foto: Eelco Hos

Het doorbreken van de jarenlange, op traditionele weekpatronen gebaseerde logistieke stromen vergt technologische en personele aanpassingen. Een lastige hobbel is het replenishment-systeem dat overal wordt gebruikt en dat leidend is voor het menselijk handelen dat er uit voortvloeit. ‘De automatische bestelmodules beginnen op zaterdag af te remmen en dat betekent dat je op zondag bij wijze van spreken een afgebrand huis hebt staan’, schetst Peels wat gechargeerd. ‘De zondag is nog steeds een *under construction*-dag.’

Hij vindt dat de tijd is aangebroken om op de donderdag af te bouwen en op vrijdag de nieuwe aanbiedingen in te laten gaan, zodat je op de zondag goed zit. ‘Het is een kwestie van anders denken, en het valt niet mee dit te organiseren. De logistieke stroom moet volledig op zijn kop, de handel voor de actie moet op een ander moment binnenkomen en dan zijn daar nog de personeelskosten. Nu wordt de zondag gedraaid door de shiftleader en de jeugd. Wil je die dag minimaal blijven inzetten op loonkosten, of gaan voor volwaardige bezetting zoals het hoort bij een dag die veel omzet in het laatje brengt?’ Ook zal in dat geval de dag van de folderverspreiding zowel fysiek als digitaal aangepast moeten gaan worden.

Balans

Eelco Hos beaamt dat het niet zo eenvoudig is om het wat vastgeroeste systeem te doorbreken. ‘Van vrijdag tot en met zondag wordt er veel verkocht. Je moet zorgen dat de forecast zo goed is dat je genoeg hebt, maar ook weer niet te veel. Het is zoeken naar de balans.’

De automatische bestelmodules beginnen op zaterdag af te remmen en dat betekent dat je op zondag een afgebrand huis hebt staan

Hos pleit ervoor midden in de week, op dinsdag of woensdag, de winkel om te bouwen. ‘Dat zijn de rustigste dagen en dan is het op zondag goed voor elkaar.’ Hos is enthousiast over de Jumbo-aanpak. ‘De looptijd van aanbiedingen gaat daar meestal midden in de week in.’ Woordvoerder Janneke van Helvoort laat namens Jumbo in een reactie weten dat de weekaanbiedingen van woensdag tot en met dinsdag gelden en dat de ombouw in de meeste gevallen op dinsdag plaatsvindt. Ook seizoensaanbiedingen gaan bij Jumbo in op woensdag. ‘Daarnaast zien we dat steeds meer klanten ook op zondag boodschappen doen bij Jumbo, al blijft zaterdag favoriet,’ aldus Van Helvoort.



Foto: Eelco Hos

In praktijk betrokken bij ombouw

Roy Brands, teamleider verkoopklaar bij Albert Heijn in Almere, werkt sinds 9 jaar bij de marktleider. De afgelopen jaren is Brands altijd betrokken geweest bij het opbouwen en afbouwen van de actieweek. 'Het is een bekend beeld op zondag, de actie voorbereiden voor de nieuwe week. Het is echter een gemiste kans voor de omzet en heel storend voor de klant. Als je uitdraagt dat je klanttevredenheid en service erg hoog in het vaandel hebt staan, is het absoluut een no go om midden op de zondag acties om te bouwen', vindt Brands.

‘De huidige actieweek loopt van maandag tot en met zondag. De keuze is op zondag later op de dag op te bouwen of maandag, vlak voor openingstijd. En dat terwijl veel supermarkten tegenwoordig hoge omzetten draaien. Je zou de processen voor het ombouwen van de acties het liefst willen laten plaatsvinden wanneer de klant er geen last van heeft. Het idee van een nieuwe week, een nieuwe actie komt uit het tijdperk dat de meeste winkels op zondag gesloten waren. Dat is niet meer het geval. Wij zitten op zondag op minimaal 90 procent omzet van de vrijdag en zaterdag.’



Foto: Eelco Hos

Brands zegt al wel rekening te houden met het veranderende koopgedrag en het actiebeeld voor de klant niet tot zondagavond 19.30 uur te veranderen. ‘Vanaf dat moment wordt vers geleverd en bouwen we alle versacties om. Dan begint ook de ploeg om de actie van houdbaar en diepvries terug te vullen. De houdbaaracties bouwen wij op maandag ochtend tussen 6.00 en 8.00 uur om.’

Hij oppert dat er meerdere mogelijkheden zijn die beter inspelen op de praktijk van nu. ‘Dinsdagavond opbouwen en woensdag de actieweek laten beginnen of op donderdagavond opbouwen en op vrijdag de actieweek beginnen zijn naarmijn mening al flinke verbeteringen. De personele bezetting is dan een stuk makkelijker in te plannen, de klachten van klanten nemen af, je beschikbaarheid in het weekend verbetert en je winkel kan commercieel in het weekend floreren.’

Er moet volgens Brands altijd een keuze worden gemaakt tussen beschikbaarheid van actie en derving (vers). Brands: ‘In onze winkel en regio draai je vrijdag, zaterdag en zondag de hoogste omzetten. Op zondag moeten de versacties volledig beschikbaar zijn en vol gepresenteerd voor de klant. Maar het is niet eenvoudig. Je bent continu aan het afwegen wat je maximaal kunt verkopen zonder neeverkoop te hebben, maar ook zonder veel restanten over te houden.’ Er moet altijd een keuze worden gemaakt tussen beschikbaarheid van actie en derving (vers).

Brands heeft ook voor morgen, zondag 27 juni, weer een uitdaging. Om 18.00 uur speelt het Nederlands elftal zijn wedstrijd in de achtste finale van het EK voetbal.