

FORMULE INDEX: DE JUISTE FORMULE OP DE JUISTE LOCATIE?

Past de supermarktformule bij de klantbehoefte in het marktgebied? Bureau van der Weerd kan deze vraag op basis van 'harde' data nu voor elk marktgebied beantwoorden. De index is gebaseerd op de 'match' tussen de doelgroepenverdeling (Whize) van huishoudens in een marktgebied én de onder- of oververtegenwoordiging van de doelgroepen in het klantprofiel van een formule. Scoort een formule in een marktgebied een index van > 100? Dan is sprake van 'voldoende match'. Hoe hoger de index, des te sterker de 'match'.

Albert Heijn, winkelcentrum Makado, Purmerend

Op dit moment worden de vestigingen van Deen in een rap tempo omgebouwd naar Albert Heijn, Dekamarkt of Vomar. Op voorhand lijkt er op sommige locaties sprake van een 'mismatch' tussen marktgebied en formule, met name bij een aantal nieuwe Albert Heijn-locaties. Een analyse op basis van 'harde' data kan echter een genuanceerder beeld laten zien.

Een voorbeeld daarvan is de Deen als enige supermarkt in winkelcentrum Makado in Purmerend. Uit een analyse volgens bovenstaande aanpak scoort Deen hier een index van 104. Albert Heijn behaalt een score van 102. Beide formules 'matchen' in vergelijkbare mate met het draagvlakprofiel. Aanvullend hebben we gekeken hoe de formule Dirk hier zou 'matchen'. Dirk scoort hier een index van 128 en past als formule dus veel beter bij het draagvlakprofiel in het marktgebied van winkelcentrum Makado dan de formules Deen of Albert Heijn. Dit geldt in minder sterke mate ook voor de formules Vomar, Dekamarkt, Lidl en Aldi (zie ook grafiek).

Jumbo, winkelcentrum Groot Gelderlandplein, Amsterdam

Jumbo opende recentelijk een supermarkt in het Groot Gelderlandplein. In dit winkelcentrum realiseert Albert Heijn XL een enorme weekomzet. Jumbo scoort in dit marktgebied een index van 95 terwijl Albert Heijn 112 'scoort'. Ofwel, Albert Heijn sluit als formule aanzienlijk beter aan bij het lokale draagvlakprofiel dat zich vooral kenmerkt door een ver bovengemiddeld bestedingsniveau.

Interessant dus om te zien hoe Jumbo hier gaat functioneren en of zij met het formuleconcept in staat zijn om voldoende te differentiëren naar lokale klantbehoeften om te kunnen concurreren met Albert Heijn.

Opgemerkt moet worden dat niet alleen de 'match' met klantbehoefte belangrijk is. Als er sprake is van twee nabij gelegen supermarkten, dan moet ook worden gekeken naar complementariteit. De consument is vanuit klantbehoefte meer gebaat bij twee formules die elkaar in concept en segmentering aanvullen dan bij twee formules die zich onvoldoende van elkaar onderscheiden.

Formule Index toegepast op winkelcentrum Makado, Purmerend



Doelgroepenprofiel Coop vs. Plus

Met de aangekondigde fusie tussen Coop en Plus is het interessant om te zien in hoeverre de doelgroepenprofielen van beide formules onderling verschillen (zie grafiek). Voor het merendeel van de doelgroepen zijn de verschillen klein. Voor een aantal doelgroepen is een duidelijk verschil zichtbaar, wat deels samenhangt met het bestaande vestigingennetwerk. Onze inschatting is dat het verschil in sommige marktgebieden erg groot zal zijn. In deze marktgebieden zullen Coop-ondernemers grote moeite hebben om voldoende omzet te genereren om onder de vlag van Plus rendabel te kunnen zijn. Dit zal met name gelden voor marktgebieden met een relatief beperkt omzetspotentieel. De vloerdruk van Coop ligt aanmerkelijk lager dan die van Plus.

Formule-index: toepassingen

De index die de 'match' weergeeft tussen formule en klantbehoefte in het marktgebied hebben wij de 'Formule-Index' genoemd. De Formule-Index biedt diverse toepassingsmogelijkheden. Zo kan de omzetontwikkeling worden verklaard of kan de behoefte aan uitbreiding worden toegelicht. Ook in vestigingsstrategie kan de Formule-Index inzicht geven in kansrijke 'witte vlekken'. Bureau van der Weerd investeert voortdurend in data om het inzicht in marktgebieden van supermarkten te vergroten en adviseert op basis van deze data diverse partijen over strategische vestigingsplaatskeuzes en omzetoptimalisatie van bestaande vestigingspunten.

Voor meer informatie: Jeroen van der Weerd,
info@bureauvanderweerd.nl of 06 42 34 85 12

Doelgroepenprofiel Coop vs. Plus

