

## KWETSBAAR OPSTELLEN

**I**n deze uitgave van *Supermarkt Actueel* veel aandacht voor categorievisies. Diverse trade marketeers geven hun visie op de discipline en op het schap. Opvallend is dat hoewel trade marketing door veel fabrikanten serieus wordt



genomen, de invulling ervan nog sterk verschilt per organisatie. Is dat erg? Nee, dat niet. Maar de verschillen zijn soms wel heel groot. Leaf Holland is zo'n organisatie waar trade marketing goed op de kaart staat. Trade marketing manager Rutger Vermast geeft kort maar krachtig de essentie weer van trade marketing: "Om een retailer goed van dienst te zijn, zul je hem goed moeten begrijpen". Met dat hele simpele maar basale begrip kom je een heel eind. Dat zou toch niet zo moeilijk moeten zijn.

Iemand die dat, hetzij op een ander vlak, ook goed heeft begrepen, is Jan van Wincoop, Super de Boer-ondernemer in Bunschoten-Spakenburg. In de aanloop naar de nieuwbouw van zijn supermarkt vroeg hij zijn klanten naar hun mening over de formule. Van Wincoop én zijn organisatie hadden het lef om zich kwetsbaar op te stellen en consumenten te vragen wat zij van hún supermarkt vonden. Sterker nog, ze hebben ook naar de wensen van de klant geluisterd. Dat zal ongetwijfeld op het hoofdkantoor niet zonder slag of stoot zijn gegaan, maar de organisatie heeft zich tevreden getoond met het resultaat, aldus ondernemer Van Wincoop. En waarom ook niet? Wanneer iemand met goede ideeën komt en die wil uitproberen in zijn winkel, moet een organisatie daar blij mee zijn. Daar kunnen een formule en een organisatie alleen sterker van worden. Er wordt hard gewerkt aan het vernieuwen en het versterken van de organisatie en de formule. Nu maar hopen dat de aankomende consolidatie niet al deze hardbevochten resultaten teniet zal doen.

René de Wit