

'Nuchter en consistent op koers blijven'

Hoe hou je een regionaal familiebedrijf op koers in een markt waar klanten eisen stellen aan mvo en de nadruk leggen op gemak (zoals online bestellen) en prijs? Door nuchter te blijven en een vaste koers te houden die recht doet aan je identiteit. "Als je meewaait met alle trends, red je het niet."

Het gaat om keuzes maken, stelt algemeen directeur Piet Smit van de Noord-Nederlandse supermarktketen Poiesz. "Als je ervoor kiest om je bedrijf klaar te maken voor de volgende generatie, laat je een stuk ballast achter je en neem je beslissingen vanuit een langetermijnbeleid. Zo gaan we er bij het ombouwen van winkels niet vanuit dat we een locatie misschien over vijf jaar verkopen. We verbouwen omdat we hier de komende generatie nog willen ondernemen."

Diversificatie

Hierbij past diversificatie. Poiesz is niet meer alleen een supermarktketen en vastgoedbedrijf. Het omvat een transportbedrijf en maaltijdservicebedrijf (Van Smaak) dat levensloopbestendig levensmiddelen aanbiedt. Van Smaak levert 50.000 (grotendeels warme) maaltijden per week aan mensen die zelf niet meer naar de supermarkt kunnen gaan. Een vierde poot is online bestellen. "Multidisciplinair denken dus, ook weer om het bedrijf klaar te maken voor de volgende generatie."

Poiesz investeert veel in de relatie met klanten, die de supermarkten zien als 'hun' winkel. Smit: "Ook dat moet je consistent doorvoeren binnen alle onderdelen van je bedrijfsvoering. Wij kennen onze medewerkers, hebben lange dienstverbanden, een herkenbare en consistente uitstraling. 'Iedere dag een beetje beter' is dan ook ons credo."

Mvo & prijs

De klant wil steeds vaker een goed mvo-beleid. Smit stelt dat dit voor Poiesz al lang normaal is. "Wij doen al bijna dertig jaar aan reststroomverwerking. Basale stromen zoals papier en plastic, levensmiddelen die verwerkt worden tot veevoer of biogas. Dat doen we onder anderen met inmiddels



'ONS CREDO IS: IEDERE DAG EEN BEETJE BETER'

zo'n zestig mensen met afstand tot de arbeidsmarkt die we zelf in dienst hebben."

Tegelijk wil de klant een lage prijs. Smit benadrukt dat Poiesz een kwaliteitssupermarkt is die bestaat bij de gratie van zijn medewerkers. "We zitten net onder het niveau van de marktleider en bewegen mee met de marktontwikkeling. We worden nooit een prijsvechter, maar hanteren een high-low actie-beleid en ons huismerk ter onderscheid."

Consistentie

Het belangrijkste voor de komende jaren is vasthouden aan consistentie en niet meewaaien met nieuwe trends, benadrukt Smit. "Formules die zich daardoor laten leiden verliezen hun fundament. Key is om relevant te blijven voor de hedendaagse consument én met hem mee te groeien, maar dat consistent te doen. Zo blijf je toekomstbestendig." <<



DEEL ONLINE



Piet Smit