



EFMI najaarscongres 2004

Presentatie Cees Zwanenburg

16 november 2004

DE AANLOOP TOT DE PRIJSOORLOG

- Disaster Laurus - Konmar
- Het drama van Ahold
- De geboeide Albert Heijn
- De merkefabrikanten
- De overige retailers

DE STRIJDWIJZE

- Overeenkomst met 1981
- Verschil tussen 1981 en 2004
- Resultaat toen
- Resultaat nu

LEERPUNTEN NA 1 JAAR

- Er is veel bespreekbaar geworden
- Inkooprijzen
- Efficiency maatregelen
- Verkooptechnieken

DE KOMENDE JAREN

- Noord west Nederland
- Thuisbasis van ...
- Uitbreiding verkoopmeters
- Verdwijnen van spelers
- Verdichting van hard discount
- Gevecht om de gunst van de klant



VOMAR EN DE KOMENDE JAREN

- Omgaan met tegenwind
- Lange adem
- Inventiviteit, creativiteit
- Efficiency

DE MERKARTIKELEN

- De jaren voor de oorlog
- Afgelopen jaar
- Hoe verder?

ROL HUISMERK VERSUS MERKARTIKEL

- Binding door exclusiviteit
- Marge brenger

ROL HUISMERK VERSUS MERKARTIKEL

Maar ook:

- Lagere overstapdrempel naar discount



MERKFABRIKANTEN

- Wij hebben elkaar nodig
- Wie zijn uw beste verkopers?
- Werk met hen samen
- Innoveer, creëer
- Maak nieuwe business
- En nieuwe winst

TOT SLOT

- De prijsoorlog scherpt de supermarkt formules aan
- De prijsoorlog scherpt de prestaties van de merkfabrikanten aan
- De consument vaart er wel bij.



VRAGEN?





VOMAR

Voordeelmarkt