

Het kleine, mysterieuze monster

Sinds Maart 2020 staat de wereld op zijn kop. De supermarkt- en drogisterijkanalen waren razendsnel met aanpassingen in de winkels, waarvoor hulde. Maar er zal meer moeten gebeuren. We zijn voorlopig nog niet af van het kleine monster waar we wel meer over te weten komen. De omzet in week 12 was ongekend, maar in de meeste gevallen ging het om forward buying.

De belangrijkste feiten op een rijtje:

- Sinds de pandemie doet de shopper minder vaak boodschappen per keer, maar met een voller mandje.
- Bij de start van de 'intelligente lockdown' zagen we de kleinere drogisterijen en supermarkt organisaties winnen. Sommigen houden dat al wekenlang vast.
- Het populaire persoonlijke verzorgingsassortiment werd in een one-stop shopping trip veel meer dan normaal gekocht in het supermarkt kanaal ondanks ongeëvenaard diepe kortingen bij Kruidvat en Etos (schrikkeljaar acties, Valentijn).
- Drogisterij retailers besteden meer aandacht aan hun online winkel in de folders sinds maart.
- De online supermarktomzet stijgt met 20% en kan de uitbreidingsvraag niet aan. In Juni hebben we een zeer uitvoerige vergelijking voor de drogist.

Meer ruimte in de winkel

De shopper ervaart een gevoel van onzekerheid om de winkel te betreden. Men mijdt de drukte en vooral drukke winkels. Winkels die nu te vol staan met producten en waar je je snel ingesloten voelt. Zo'n postafgifte punt is nu bijvoorbeeld lastig. De kennis van nu is dat men het virus via aerosolen voornamelijk binnen oploopt. Thuis, op kantoor, in de sportschool, de kroeg, bij vrienden, in de kerk, tijdens een concert of in de winkel. En dan ook nog op plekken waar de temperatuur laag is en er slecht wordt geventileerd. Dit betekent dat je er met de 1,5 meter alleen niet bent. Winkelformules moeten gaan nadenken over meer ruimte in de winkel met zoveel mogelijk zuivere ventilatie. We moeten ons gaan instellen op een shopper die je winkel liever niet te lang bezoekt. Het virus houdt zich nu rustig en de regels worden versoepeld, maar iedere expert verwacht een tweede golf tegen de winter. Een vaccin of immuniteit is nog geen feit of een bewezen garantie tegen dit mysterieuze kleine monster.

De risicogroep

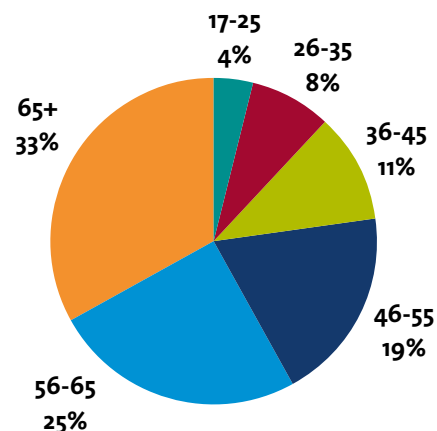
De risicogroep is zo groot dat je die niet zomaar eventjes kunt isoleren. Uit ons jaarlijkse gezondheidsonderzoek halen we 4,7 miljoen Nederlanders (33% van alle volwassenen) die voldoen aan de CV19 risicogroep (hart, bloedvaten, diabetes, overgewicht, ernstige levensbedreigende aandoeningen). Een groep die zeer kapitaalkrachtig is en uiterst belangrijk voor de drogisterijsector. We zullen aankomende winter en waarschijnlijk volgende winters te maken krijgen met CV19, zodat de sector zich hier structureel op moet gaan aanpassen. Bredere wandelpaden, minder drukke schappen, snellere check out en personeel dat toeziet op kortere shoppertrips in de winkel. En wat gaat de risicogroep doen? Zorg in ieder geval dat je ze als klant houdt! Deze groep was al bovengemiddeld meer bezig met de gezondheid en aanvullende (ook preventieve) zelfzorgmedicatie. En de Nederlander is gewend geraakt aan teams en skype. Laat ze wennen aan uw elektronische boodschappenlijstje dat ze een dag van tevoren doormailen of geef ze een standaard herhaalbestelnummer zoals op de markt waar je je brood iedere week ophaalt. Het concurrentiespeelveld gaat veranderen en uw mogelijke klant gaat andere keuzes maken. Ik kan niet wachten op ons 2020 onderzoekmateriaal over gezondheid en het gebruik van vitaminen, mineralen en supplementen om hierover met u mee te denken. ■



“Wat gaat de grote risicogroep doen? Zorg in ieder geval dat je ze als klant houdt!”

COVID-19 risicogroep 4,7 miljoen Nederlanders

(bron: Info2Action jaarlijks gezondheidsonderzoek in relatie tot supplementen 2015-2019)



Bovenstaande is ontleend uit verschillende wetenschappelijke publicaties en verschillende onderzoeksprojecten op het gebied van gezondheid en medicatie bij de consument/patiënt door mijn bedrijf Info2Action sinds 2012. jhrutte@info2action.nl



jhrutte@info2action.nl