

Hoe voelt het om klant te zijn van . . .

“Onze” Albert Heijn staat in De Gaard, een klein winkelcentrum dicht bij Tuindorp in Utrecht. Een heerlijk centrum, slechts 10 winkels, de patatboer Chi Woh (ja het is een Chinese familie) en de videotheek (hoe lang zal deze er nog zijn, er gaan geruchten dat de AH op de ruimte zit te springen). Verder een Gall & Gall en natuurlijk een kapper en dierenwinkel.

Terug naar de AH, ik kocht hier jarenlang mijn boodschappen, was tevreden en dacht eigenlijk nergens anders aan. Totdat bekend werd dat AH wel heel erg duur was, het was niet nieuw(s) maar het bevestigde mijn onderbuik gevoel, de wekelijkse rekening werd wel erg hoog en al die aantrekkelijke producten, ik gooide mijn karretje er (te) vol mee.

Dit was het eerste signaal van ontevredenheid, ik ging opzoek naar een alternatief. De Dirk in De Bilt, heerlijk wat een fijne winkel, lage prijzen en wat een personeel, geweldig. Jongens en meisjes vol puber puistjes maar vriendelijk! Het is één grote familie. Ik kom hier graag, het was even wennen om de route te vinden en de producten, maar verder geen probleem. De kassabon lekker laag en met name de vriendelijke mensen gaf de doorslag; dit was “mijn” winkel. Ik doe hier nu bijna altijd de boodschappen.

Toch kom ik nog (te) regelmatig bij de AH. Deze is dichtbij en goed voor de vergeten boodschappen.

De AH heeft inmiddels een verbouwing achter de rug en had aangekondigd dat het assortiment meer op de behoefte van de klant zou worden afgestemd. Het zou allemaal prachtig worden. Ik kwam er achter dat steeds meer producten werden vervangen door het AH huismerk. Zouden de klanten daarom gevraagd hebben? Zou er écht iemand naar de balie gelopen zijn en

gevraagd hebben “waar is die heerlijke rookworst van AH of waar is die lekkere verse tortilini van AH of waar is die Marokkaanse wereld maaltijd van AH of . . .

Ik heb wel iedere keer het tegenovergestelde gevraagd, waar is de Unox rookworst gebleven? etc met elke keer hetzelfde antwoord; Ja we moesten ruimte maken en nu hebben we alleen nog het huismerk.

Ik begrijp de redenering van AH, het is schipperen met krappe ruimte en kiest dan voor het huismerk. De klant krijgt deze keus opgedrongen. Het doet mij sterk denken aan de Long Tail maar dan verkeerd ingezet. “Kijk 80% van onze klanten koopt het huismerk dus hier zal de behoefte liggen”, alleen heeft die klant geen andere keuze dan te kiezen voor het huismerk. Of je moet ergens anders gaan winkelen, bv bij Dirk in De Bilt.

Christiaan Pothoven