

Convenience - De wereld waarin wij leven



Steeds vaker wonen jonge en oude mensen alleen en moeten zelf voor hun minihuishouden zorgen. Tijd is iets kostbaars. De jonge mensen zijn steeds vaker op pad om hun werk, vrienden, kinderen en hobby onder één hoed te krijgen. Het komt steeds vaker voor dat men niet meer thuis eet maar ergens buiten de deur. Het organiseren van de huishouding en het inslaan van boodschappen raakt meer en meer op de achtergrond. Een eenvoudige en gemakkelijke maaltijd wordt steeds belangrijker. In de supermarkt is weliswaar van alles te vinden wat men voor het koken nodig heeft, maar de moeite die men daarvoor moet doen is groot. Hoe hoger de eisen zijn die aan de mensen gesteld worden, hoe meer mogelijkheden we nodig hebben om voor ons iets goeds te doen.

Alle mensen hebben de behoefte aan meer tijd, meer sociaal contact en meer genot. Convenience-shops bieden al deze elementen. Als winkel in de buurt biedt het in de juiste hoeveelheden goederen voor onze dagelijkse behoeften – is goed en snel bereikbaar en dat op het juiste moment van de dag: 's morgens vroeg of 's avonds laat. Hier kan de klant een grote keuze maken uit verschillende merkproducten – van alles iets en daarvan juist het belangrijkste.

De trend naar convenience betreft niet alleen het productaanbod, maar ook de service want het moet snel, eenvoudig en gemakkelijk gaan. Het assortiment alleen voldoet niet meer aan de behoeften en de wensen van de huidige consument. Voor het succes van de convenience -shops zijn de juiste locatie, de snelle bereikbaarheid en vooral de lange openingstijden – onafhankelijk van zon- en feestdagen – van doorslaggevend belang. Ook de manier van boodschappen doen wordt steeds belangrijker, want in het anoniemer wordende dagelijkse leven, spelen bij het winkelen emotionele factoren een steeds grotere rol. De consument verlangt naar spontane communicatie en vriendelijkheid.