Conclusie True Price Winkelformat (fase 1)

Huidige stand van zaken

Na de (goedgekeurde) herijking van dit project van begin dit jaar waren wij in staat om de onderzoeksvraag breder aan te vliegen; van hoofdlijnen tot in de details. Opdat wij nu met dit project een helder beeld hebben kunnen schetsen waar wij nu staan en welke stappen wij dienen te zetten voor een verdere uitrol en implementatie van het True Price Winkelformat in de biologische speciaalzaken.

De grootste uitdaging is om het financieel haalbaar te maken voor de meeste gebruikte kassasystemen, de samenwerkingen tussen True Price en de software makers van de kassasystemen voor het overdragen van de data, hoe dit administratief helder en eenvoudig in kaart te brengen en last but not least; onze visie en daarmee een heldere communicatie overdracht van winkelier tot aan de consument.

Proces

We hebben er voor gekozen om het proces en vervolgstappen op te delen in verschillende fases:

Fase 1 = dit is het huidige project wat met deze conclusie wordt afgerond: het True Price Winkelformat. Tijdens de pilot hebben we ons gericht op de inventarisatie van de benodigheden voor om de echte prijs te implementeren in de biowinkels en vervolgens ook de benodigheden uit te werken. Zo hebben wij ons onder andere gericht op de bewustwording voor winkelier, medewerker en consument. Daarnaast hebben we geïnventariseerd wat er nodig is om de echte prijzen in de kassasystemen te implementeren en welke investering hiervoor nodig is. Verder heeft True Price een abonnementsvorm ontworpen voor de biologische speciaalzaak.

Fase 2 = In deze fase, als vervolg op het project, dienen wij onze visie (als Biowinkelvereniging, True Price en als projectteam) helder te krijgen om zo bepaalde knopen nog door te hakken. Denk bijvoorbeeld aan vragen wie de verborgen kosten moet betalen en indien de verborgen kosten betaald worden hoe dat geld terug wordt geïnvesteerd (remediëren) in de keten. Op hoofdlijnen zijn de vervolgstappen helder die gemaakt moeten worden tevens zijn de details erg belangrijk in deze om dat het niet meer over test/pilotfase gaat maar over implementatie op alle vlakken. De belangrijkste vraag hierin is: hoe gaan wij de (online)winkels en consument zover krijgen om hierin mee te gaan en maken wij het financieel behapbaar(met de uitdaging van alle huidige prijsstijgingen).

Fase 3 = Dit is de fase dat we overgaan op de daadwerkelijke uitvoering en afrekening.

Evaluatie fase 1

Op woensdag 6 april 2022 hebben wij een kick off meeting georganiseerd voor alle geïnteresseerde winkels. Uiteindelijk zijn daar 6 deelnemende winkels uitgekomen. 5 winkels zijn in de tweede week van mei gestart met de pilot gedurende 3 weken. Eén winkel is de 1e week van juni gestart en test hiermee meteen wat we bij de eerste pilots hebben geleerd en reeds aan hebben kunnen passen en hebben toe kunnen voegen. (In oktober/november 2022 is de intentie gezet om samen met True Price een bijeenkomst te organiseren om de leden van de Biowinkelvereniging verder mee te nemen en te enthousiasmeren voor het doorvoeren van de echte prijs op de winkelvloer.)

De studentes die ons projectteam meer dan fantastisch hebben ondersteund bij fase 1 hebben d.d. 21 juni 2022 hun eindpresentatie gegeven over de handleiding (de handleiding is mede samengesteld door het projectteam)

De handleiding geeft een helder beeld van de te ondernemen stappen. Hierin zijn de leermomenten ook verwerkt die wij met de voorbereiding en het uitvoeren van de pilots hebben ondervonden. Bij alle winkels zijn we in verschillende fases aanwezig geweest, bij opstart, halverwege en bij de afronding. De deelnemende winkels bestonden uit zelfstandigen, franchise ondernemers (Ekoplaza) en Odin filialen.

Wat in de communicatie erg belangrijk is en waar wij ons positief kunnen onderscheiden als biologische sector is dat wij al erg goed op weg zijn. Dat de verborgen kosten die boven op de normale prijs komen niet onoverkomelijk zijn; dit gaat om centen achter de komma. Dit is een krachtige communicatie & motivatietool. De veelal iets ‘groenere’ consument heeft ook positief gereageerd op dit initiatief. Iets extra betalen zodat het in de gehele keten financieel klopt? En dat die extra centen weer worden geïnvesteerd (remediëring) om de verborgen kosten naar beneden te brengen? Dát geeft een goed gevoel.

De algemene verwachting (en wens) van de consument, medewerkers, bedrijfsleiders en eigenaar is ook dat dat de biologische sector dit voor elkaar heeft.

In de communicatie die wij hebben ingezet (de flyer) bleek qua informatie wel toereikend maar wel wat zwaar. Er bleek ook behoefte te zijn aan posters, infograpic en die zijn gecreëerd. E-learning door middel van video’s is een ambitie die wij graag zouden willen waarmaken in de toekomst. De social posts (linked in bijvoorbeeld) scoorde vele malen hoger dan andere onderwerpen zoals klimaat en dierenwelzijn.

Sommige staan te popelen om de echte prijs door te voeren, andere zijn wat huiverig voor de investering en wederom een prijsstijging; overkoepelend is er de wens dat in de toekomst de boer/producent/leverancier al de juiste prijs kan vragen en dat dit van boer tot bord geborgd is. Door middel van een stapsgewijze aanpak kan de generieke berekening van de biologische producten gespecificeerd worden voor de leveranciers met wie gewerkt wordt. Door de behoefte van de consument duidelijk te maken omtremt de echte prijzen kan dit bijdragen om de boer/leverancier zover te krijgen om mee te werken aan dit proces. Op de lange termijn is het vervolgens wenselijk dat de boeren/leverancier zichzelf hiermee kunnen positioneren waardoor het als winkelier (of als groothandel) ook makelijker wordt om te selecteren op de echte prijs.

BioNederland en True Price zijn met elkaar in gesprek om te onderzoeken hoe zij samen de krachten kunnen bundelen om meer leveranciers / producenten te enthousiasmeren om de echte prijs door te laten rekenen van hun product(en). Reeds groeit deze groep al druppelsgewijs.

We hebben nog wat stevige bruggen te slaan maar dat dit onderwerp leeft bij een ieder daar kunnen we niet meer om heen. Wij gaan met elkaar onderzoeken hoe wij fase 2 en 3 verder invulling kunnen gaan geven.