

Er komt een disruptie in de foodmarkt

14-03-2018 23:13



“De wereld verandert, net als de markt en onze klanten. Ook wij stonden voor de vraag hoe je als groot bedrijf kunt meebewegen in die nieuwe wereld. Er zijn altijd on vervulde consumentenbehoeften, net als dat er altijd nieuwe technologieën zullen zijn. Wij achten de kans vrij groot dat er in food een disruptie gaat plaatsvinden.” AH.nl koos ervoor om met de dag van vandaag bezig te zijn en de blik op de toekomst te richten. Het bedrijf gebruikt data van onder andere de Bonuskaart om de Customer Journey te verbeteren. “Data gebruiken we ook om algoritmes te ontwikkelen die aansluiten bij klantbehoeften. We werken agile, hebben een lab opgericht, doen A/B testen en gaan bij alles uit van een inline gedachte. Ik zou iedereen willen aanraden om gewoon te beginnen. Je kunt ook kleine stapjes zetten, maar mis de boot niet!”

Op de Sessie luisterden 250 gasten uit DHZ-retail en -industrie naar presentaties van [Berry van Oosterhout van GfK](#), [Steven van Belleghem](#), [Machiel Tiddens van Ahold](#) en [Eduard de Wilde van VODW](#).

Marc Nelissen