

Omzet- en winstgroei Intergamma

19-02-2015 08:17



Het bedrijfsresultaat van de bouwmarkten van Intergamma is in 2014 met 2,3% gestegen. De consumentenomzet nam met 0,6% toe tot € 1,647 mln.

Intergamma profiteerde van de investeringen in een duidelijke profilering van de formules [Gamma](#) en Karwei, het lokale ondernemerschap van de franchisenemers, de groeiende webactiviteiten en de internetafhaalpunten. Ook de stijgende consumentenbestedingen en de aantrekkelijke woningmarkt hebben bijgedragen aan de omzet- en winstgroei.

Het lokale ondernemerschap van de franchisenemers en de samenwerking met hen zijn, volgens [Intergamma](#), de belangrijkste factoren voor de positieve resultaten. Al in 2011 begon Intergamma met het ontwikkelen en implementeren van de zogenoemde cross-channelstrategie, waarbij het de klant zo makkelijk mogelijk wordt gemaakt om via verschillende kanalen of een combinatie daarvan artikelen aan te schaffen.

Harm-Jan Stoter, algemeen directeur Intergamma: "Klanten gebruiken steeds vaker de mogelijkheid om via de webshop of de nieuwe app bestelde artikelen op te halen in Gamma- of [Karwei-winkel](#). Binnenkort kunnen klanten in de bouwmarkt via een speciaal ontworpen internetzuil alle producten, zoals meubels, direct zelf bestellen. Wij geloven in een sterke combinatie tussen een winkelbeleving en onze webshops. Veel klanten die nu laminaat of een tuinset laten thuisbezorgen, hebben deze artikelen eerst bekeken in de winkel. Wij maken het onze klanten op die manier steeds makkelijker."

Marc Nelissen