
Korte keten en waarde proposities

Middel, doel en propositie

20-11-2018; Hans van Trijp



Conclusie

- Merendeel is “lange ketens”
 - Daar zal mogelijk een goede reden voor zijn?!
- Korte ketens hebben potentie, maar als:
 - “niche” (doelgroep-bepaling)
 - “veelkoppig monster” (diverse positioneringen)
- Sympathiek initiatief (“knuffel-”?)
 - Maar halen we doel en middel door elkaar?
- Vraagt strategische insteek: STP-benadering

Lange ketens: functies & rollen

- Collecteren (kleine(re) producenten)
- Sorteren (heterogeniteit eruit halen)
- Aggregeren (homogene partijen van producten)
- Combineren (assortimenten van producten)
- Transporteren (overbruggen van plaats)
- Verpakken (herkenbaar maken)
- Verwerken (verkoop-gereed maken)
- Vermarkten (beschikbaar maken)
- Relaties bouwen (loyaliteit)

De “winst-kant van lange ketens”

- Voor merkvoerder (A-brand, private brand):
 - Homogene stromen van constante kwaliteit
 - Omvangrijke stromen met leveringszekerheid

- Voor consumenten:
 - Je weet wat je krijgt (geen risico)
 - Altijd weer, jaarrond en op één locatie
 - Met herkenbare afzender op retail of merkniveau

De “verlieskant” van lange ketens

■ Primaire producent

- Product = ingrediënt (geanonimiseerd)
= commodity (uitwisselbaar)
- Producent = ge-anonimiseerd

■ Consument:

- gebrek aan authenticiteit (“food as food”)
- gebrek aan inzicht (“onherkenbaarheid”)
- voedsel als “instrumenteel” product

Kijkje vanuit “mainstream” consument

- Karikatuur:
 - Tikkie lui, beetje risico-averse
 - Niet bovenmatig begaan met:
 - voedsel, kwaliteit en hoe geproduceerd
 - ander verantwoordelijk voor failure
- Dan is dit werkelijk “luilekkerland”
 - Veel, goed (genoeg) voor weinig
 - Zonder inspanning & minimale verantwoordelijkheid
- Efficiënt en effectief systeem
 - Zonder noemenswaardige dynamiek (habits)

Uit-zoomend; niet iedereen tevreden

■ Verschillende redenen:

- Onnatuurlijk (natuur is wispelturig)
- Saai (weinig verrassend)
- “plat”: smaakt niet meer als vroeger
- Onvoldoende recht aan “ambachtelijkheid”

- Niet te vertrouwen
- “gewoontjes”; niet hip
- Niet houdbaar in NL (lokaal stimuleren)
- Duurzaamheid (boer & milieu)

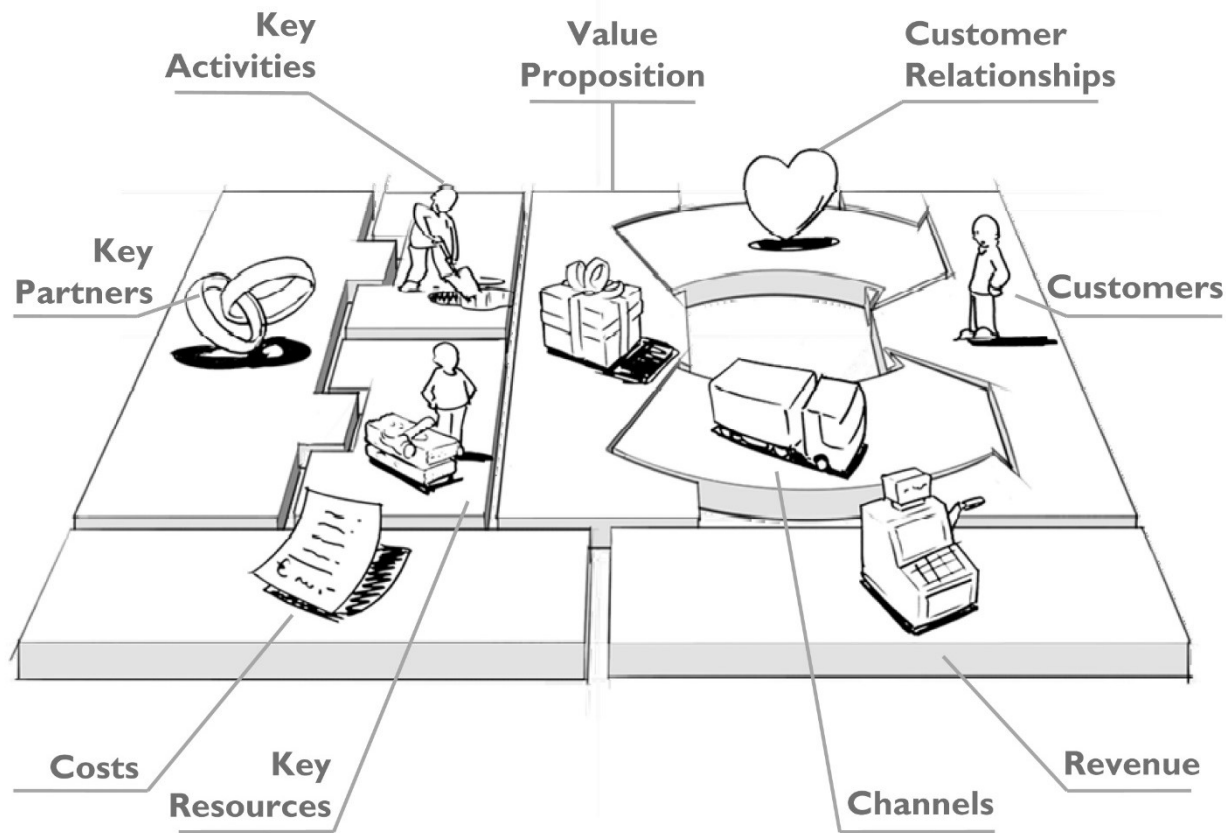
Korte keten als oplossing

- “Kerstboom” van initiatieven
 - Korte keten, multifunctioneel
- Wat is doel en waar past middel?
 - Korte fysieke afstand (producent – consument)
 - Korte sociale afstand (“herkenbaarheid”; direct contact; weinig schakels)
 - Economische nabijheid (lokale economie)
- Karakteristieken
 - Duurzaam / biologisch
 - Kleinschalig
 - Open / transparant

Interim conclusie

- Korte ketens zijn middel, geen doel
- Sympathiek, maar vraagt diepere analyse
- Best bekeken vanuit “toegevoegde waarde”
 - Voor “wie” (segmenten) en “wat” (positioning)
- En in termen van “herbeleggen van functies”
 - Overnemen (als producent)
 - Anders beleggen (bij derden)
 - Negeren / accepteren

Waarde propositie als "kantelpunt"



drawings by JAM

Waarde propositie

- Welke toegevoegde waarde leveren we?
 - Voor wie (segmentatie)
 - Via welke kanalen (distributie)
 - In welke relatie (betrokkenheid & loyaliteit)
 - Met welke toegevoegde waarde?

- Waarde = gepercipieerde benefits / kosten & lasten

- $V = Q / P$

Waarde = Q / P ; Wat is Q en P?

- $Q =$ perceived consumer benefits
 - Primair: Smaak/kwaliteit, prijs, gemak
 - Secundair: Gezondheid, duurzaamheid, maar ook authenticiteit, lokale steun etc.
- $P =$ inspanning
 - monetair (wat kost het?)
 - Inspanning (moeite)
- Cruciaal:
 - vanuit consument gedefinieerd & verschillend per kanaal, vaak als trade off

Benefits in (33) local food studies

- Versheid (24)
- Steun aan boeren / lokale economie (23)
- Kwaliteit (18)
- Voedselveiligheid (10)
- Smaak (9)
- Relatie met boeren / platteland (8)
- Duurzaamheid (8)
- Vertrouwen / transparantie (6)
- Korte transport afstand (4)

Kanalen en afhankelijkheden

- Mainstream supermarkt
- Lokale supermarkt
- Gezondheidswinkel
- Boerderij winkel
- Community Support Action

- Loskoppelen?
 - Maaltijdboxen
 - Store-in-store

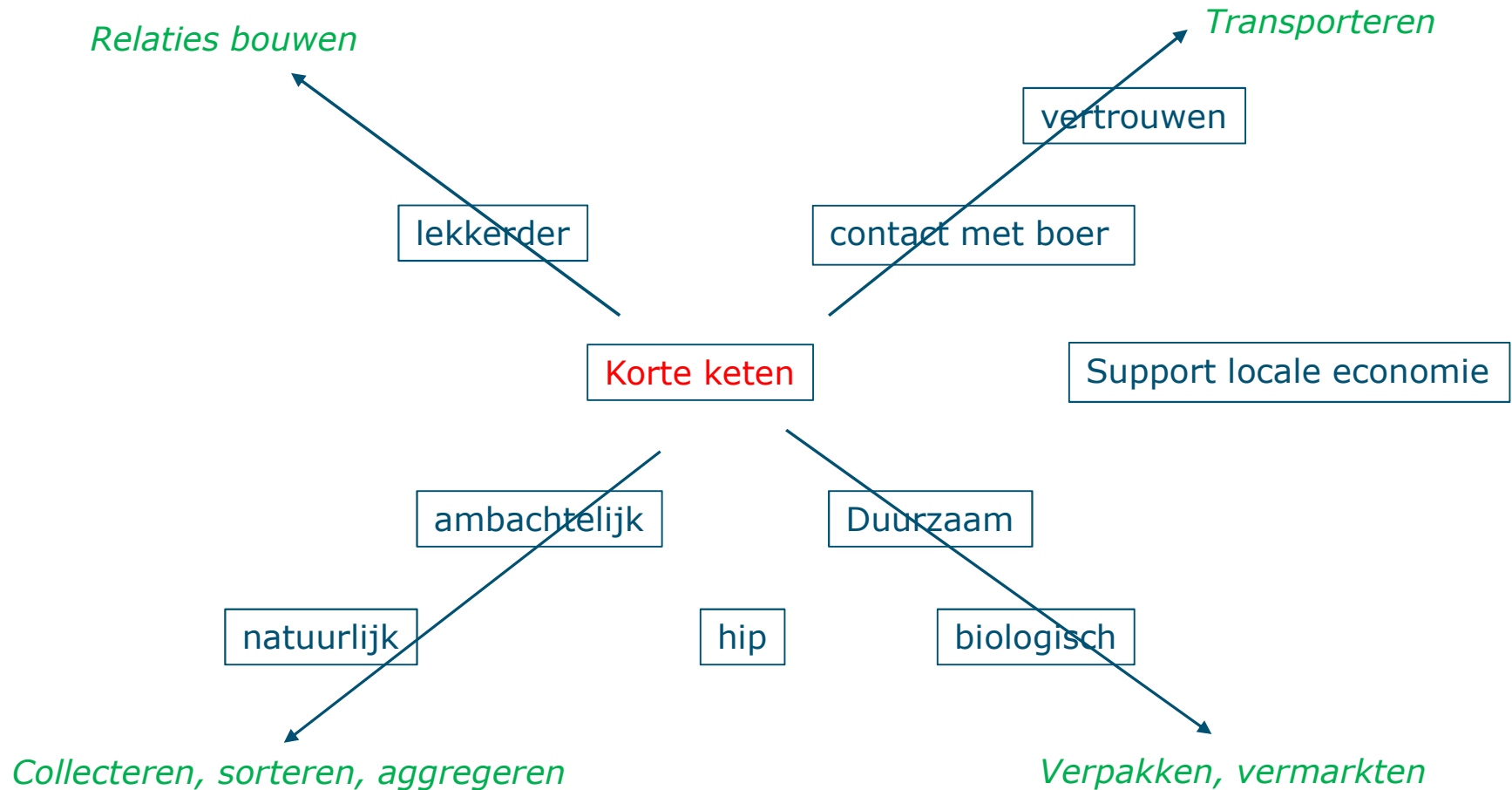


Fysieke
afstand



Sociale
afstand

Functies en benefits; max gains, min pains



Conclusie

- Korte keten is GEEN positionering “an sich”
 - verschillende benefits aan verschillende segmenten

- Vanwege trade offs
 - verschillende waarde proposities
 - ondersteund door distributie-kanalen
 - relatie-/loyaliteit strategie

- Mijn keuze?
 - Gecombineerd: transparant & winstgevend

Tussen- of eindslide

Tekst

