

# Maak als drogist werk van COVID-19

Niet eerder deze eeuw zagen we het drogisterij filiaalbedrijf in een paar weken zo sterk in elkaar zakken als in week 12 en week 13. Na de afkondiging van de eerste maatregelen, kochten consumenten liever alles bij de supermarkt in de zogenaamde one-stop shoppingtrip, maar zagen we ook de zelfstandigen sterk profiteren. Inmiddels zijn de marktverhoudingen weer rechtgetrokken, maar een gewaarschuwde retailer telt voor twee, mocht dit zich herhalen.

Iedereen zal werk moeten maken van het coronavirus en CV-19 in de marketingmix mee moeten nemen om concurrentievoordeel te creëren. De CV-19 risicogroep (wij meten 4.4 miljoen Nederlanders) is namelijk essentieel voor de drogist. Tip: profiteer van het loslaten van de regels bij de supermarkten en de minder veilige situatie die de shopper daar op dit moment ervaart, en vertaal dit in een veilige en vriendelijke winkeltrip.

## Korte termijn handelen

Wij waren met Info2Action net bezig met ons jaarlijkse onderzoek over gezondheid en daaraan gekoppeld het gebruik van vitamines, mineralen en supplementen. Zelden waren we nieuwsgieriger naar het gedrag van de consument, mede vanwege ongekend vergelijkingsmateriaal vanaf 2015 dat we in de loop der jaren zorgvuldig hebben verzameld en gekoppeld. We zien in ons onderzoek dat consumenten niet heel veel meer besteden (maar we bereiken wederom een record high in 2020). Ook houdt de drogist haar marktaandeel van 46% goed vast op de natuurwinkel en online. De koopoverweging en de productkeuze is echter drastisch veranderd.

De zorg om de eigen gezondheid heeft meer een korte termijn karakter gekregen en dat zie je goed in de sectie 'type supplementen'.

## Waardering drogist

Hoe staat het met de waardering voor de drogist? Het totale drogmetica assortiment wordt al twee jaar hoger dan gemiddeld gewaardeerd, wat de belangrijkste variabele is om een hoge klanttevredenheid te realiseren. Gemiddeld is het advies als het gaat om VMS nog onder de maat, maar hier maakt de hele markt sprongen en de drogist groeit zeker mee.

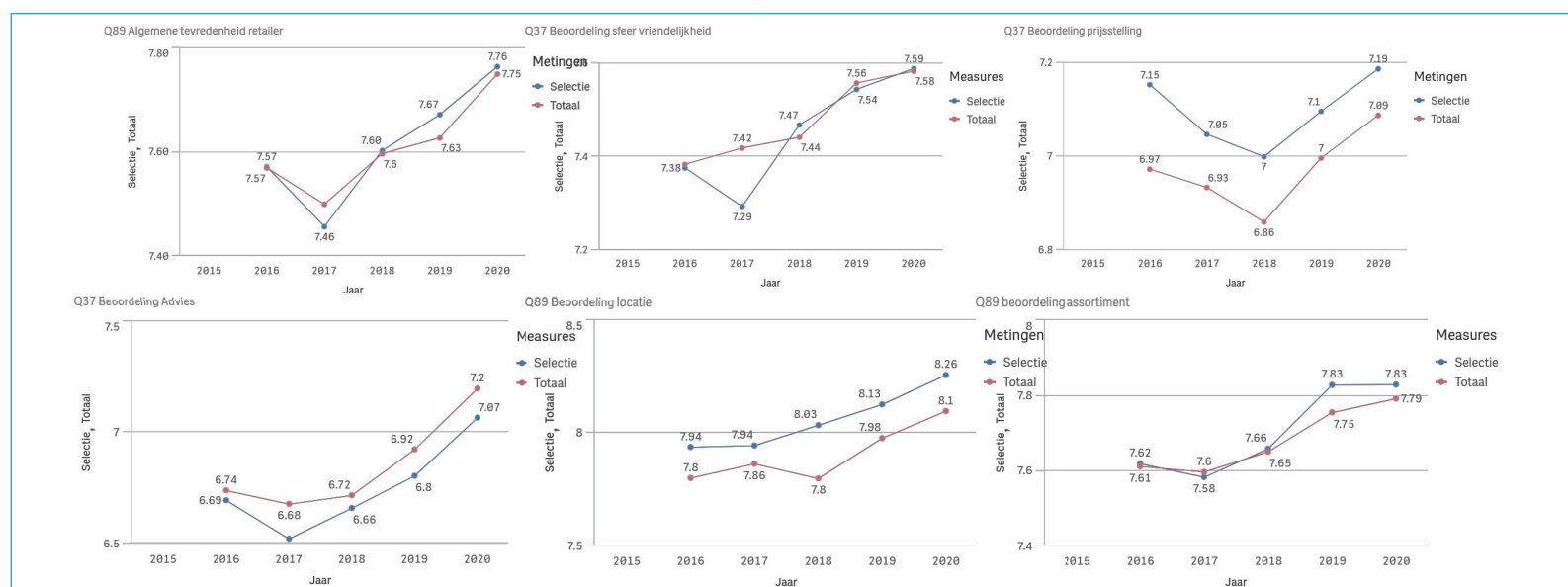
Het rapport is klaar en de database staat in een mooie Qlik app klaar in onze Info2Action portal. We splitsen ruim 40 retailformules uit en 25 topmerken in een fraai rapport. En u kunt voor uw eigen situatie online ook op een eenvoudige wijze, in een handomdraai, prachtige visualisaties maken. Mocht u meer willen weten over ons onderzoek dan horen we het vanzelfsprekend graag via [jhrutte@info2action.nl](mailto:jhrutte@info2action.nl). ■



Bovenstaande is ontleend uit verschillende wetenschappelijke publicaties en verschillende onderzoekprojecten op het gebied van gezondheid en medicatie bij de consument/patiënt door mijn bedrijf Info2Action sinds 2012. [jhrutte@info2action.nl](mailto:jhrutte@info2action.nl)



[jhrutte@info2action.nl](mailto:jhrutte@info2action.nl)



Inzet: Score voor verschillende tevredenheidsindicatoren van 1 (slecht) tot 10 (uitmuntend) consistent gemeten vanaf 2015 onder een wisselend representatief consumentenpanel ouder dan 17 jaar (nu n=9777). Bovenstaande selectie betreft alle drogisten op het totaal. We splitsen alle drogisterij-, online-, natuurwinkel- en supermarktformules uit. Naast omvang gaan we ook in op o.a. type supplementen, rol arts/therapeut, wie is de 'Super User', merken sectie met attributen (van spontane bekendheid, omvang tot en met waardering) en shopper journey prikkels (aanbiedingen, internet, advies).