



**50 jaar  
de laagste prijzen  
bij Colruyt**



# Colruyt viert 50 jaar laagste prijzen

## Retailer viert merkbeloofte met straffe promo's in het najaar


**Halle, 3 oktober 2023** – Dit najaar wordt een belangrijke mijlpaal gevierd bij Colruyt Laagste Prijzen: al 5 decennia vinden klanten van de Belgische prijsvolger er hun producten voor de laagste prijs: op elk moment, voor elk product en in elke regio. In 1973 werd van start gegaan met het toenmalige prijzensecretariaat. Dat groeide op vijf decennia uit van een team van vier mensen, naar een geoliede organisatie met 110 medewerkers die dag in dag uit achter de schermen in de weer zijn om de prijzen in ons land te volgen en aan te passen. Deze verjaardag is meteen ook een mooie aanleiding om klanten mee te laten vieren: **van 4 oktober t.e.m. 31 oktober** staan er promoties van 50 % op grote merken op til in alle Colruyt-winkels in België. De huidige marktcontext blijft uitdagend, maar houdt Colruyt Laagste Prijzen scherp: de blijvende focus op efficiëntie, de laagste kosten én op innovatie zorgt ervoor dat de retailer de laagsteprijzbelofte kan blijven realiseren.

### De geschiedenis van laagste prijzen

De geschiedenis van Colruyt startte uiteraard al veel eerder dan 50 jaar geleden: in 1928 start bakker Franz Colruyt een groothandel in koloniale waren in het Pajottenland. In de jaren die daarop volgen evolueert zijn familiebedrijf verder, met efficiëntie en gezond verstand als rode draad. In 1964 opent de zoon van Franz, Jo Colruyt, een eerste eigen supermarkt, waar hij alle bekende merken 10 % goedkoper aanbiedt én alle infrastructuur die overbodig is, schrapt. Hij heeft immers geen middelen voor reclame en de concurrentie is moordend. Zo wordt de "Discount" geboren, met de laagste prijzen voor de consument. Later (in 1976) verandert de naam naar Colruyt.

De toenmalige directie wil er zeker van zijn dat Colruyt écht goedkoper is dan de concurrenten, en roept in **1973** een speciaal team van 4 personen bij elkaar: het Colruyt prijzensecretariaat is vanaf dan een feit. Manuele prijsopnames evolueerden over de jaren heen naar geautomatiseerde processen die voor een enorme tijdswinst zorgden om de prijzen in de winkels aangepast te krijgen: van zo'n 5 dagen in de jaren tachtig tot minder dan 24 u. vandaag.

Anno 2023 staat dat prijzensecretariaat, dat vandaag **Service Center Prijzen** heet, voor een goed draaiend team van 110



mensen. Een **folderploeg** van 8 detaillisten pluist vandaag de (online) folders van concurrenten uit en een equipe van 52 **prijs-opnemers** (45 in België en 7 in Luxemburg) is dagelijks op de baan om discreet prijzen op te nemen bij de concurrenten. Dat laatste team bestond vroeger hoofdzakelijk uit vrouwen, want die vielen veel minder op in de winkels van de concurrent. In totaal worden er vandaag elke dag zo'n 150.000 prijzen opgenomen (100.000 online en 50.000 offline). Om alle prijzen te vergelijken maakt het systeem zo'n 2 miljoen berekeningen per dag. Als prijsvolger reageert Colruyt zowel op prijzen als promo's van concurrenten, en past het zijn prijzen aan, zowel in de fysieke winkels als op de webshop Collect&Go.

## **Laagsteprijsbelofte houdt stand in de toekomst**

Ook in de uitdagende marktcontext van de laatste jaren blijft de merkbelofte van Colruyt overeind en doet de retailer er alles aan om de portemonnee van de consument te beschermen. In tijden van hoge voedingsinflatie vervult Colruyt op die manier ook een maatschappelijke rol, met respect voor de andere spelers in de keten. Met een heel aantal leveranciers wordt bijvoorbeeld al decennialang constructief samengewerkt. **Jo Willemyns**, COO Retail en huidig Algemeen Directeur van Colruyt Laagste Prijzen, geeft aan: "Het feit dat we na al die jaren nog steeds goede afspraken kunnen maken met onze leveranciers, betekent veel voor ons. Er bestaan soms misverstanden over, maar er is wel degelijk een verschil tussen aankooprijzen en verkooprijzen. Op deze laatste garanderen we de laagste prijs op de markt, ook

als de aankooprijzen stijgt. Onze scherpe verkooprijzen kunnen we al jaar en dag garanderen door een slim samenspel met onze laagste kosten".

Willemyns maakt zich sterk dat de formule klaar is voor nog eens minstens 50 jaar laagste prijzen: "Zuinig omgaan met onze middelen om de kosten laag te houden, dat zit in het DNA van Colruyt. 50 jaar geleden groeide dit vanuit noodzaak: elke cent telde. Na al die jaren zijn we nog steeds **spaarzaam en creatief**: onze winkels zijn sober en onze werkmethodes zo efficiënt mogelijk. Daardoor blijven onze kosten laag, en investeren we deze winst op een duurzame manier in onze laagste prijzen. We hebben nog een heel arsenaal aan mogelijkheden voor de toekomst – innovatie en automatisatie in zowel de winkels, logistiek, als in onze eigen productie zullen daar een steeds belangrijker rol spelen. Denk maar aan onze slimme kassa's die we momenteel uitrollen in de winkels".

## **50 jaar laagste prijzen: klanten vieren mee**

Deze bijzondere verjaardag van de laagste prijzen wordt ook naar klanten toe onder de aandacht gebracht. Vanaf 4 oktober pakt Colruyt in alle winkels op enkele grote merken uit met 50 % korting bovenop die laagste prijzen, en dat tot en met 31 oktober 2023. Dat gaat elke twee weken over andere kortingen. Speciaal voor deze gelegenheid worden de Colruyt-winkels ook in een feestelijk jasje gestopt en staan de immer vriendelijke medewerkers meer dan ooit mee in de kijker als "Team Laagste Prijzen".

U vindt een pak informatie en interessante weetjes terug op de volgende pagina's. We wensen u een fijne duik in de geschiedenis van de laagste prijzen!



**50 jaar de laagste prijzen garanderen**, dat is 50 jaar alle vertrouwen geven aan ons Service Center Prijzen, maar ook al 50 jaar inzetten op ons kostenbewustzijn en vernieuwingen uitproberen. Neem mee een duik in onze geschiedenis!



**1980**

**Bescheidenheid zit in ons DNA**, waardoor klanten soms te weinig weten dat we de laagste prijzen aanbieden. We roepen de rode prijzen en de **Rode Telefoon** in het leven. Als klanten een artikel elders goedkoper vinden, kunnen ze ons bellen.



**1987**

Colruyt is het eerste distributiebedrijf in België dat overschakelt op **full scanning**. Elke verpakking heeft een barcode, waardoor één voltijdse werkracht per winkel minder nodig is.



**1999**

Introductie van de **snelrapportprinters**, waardoor prijswijzigingen onmiddellijk in de winkels kunnen afgedrukt worden.



**2007**

De eerste **Extra-kaart** is er. Klanten moeten geen bonnetjes meer uitscheuren om de kortingen bovenop de laagste prijzen te krijgen.

**1973**

**Geboorte van het prijzensecretariaat**. Om zeker te zijn dat we goedkoper zijn dan de concurrenten, moeten we hun prijzen ook controleren. 4 prijsopnemers gaan aan de slag.



**1986**

We lanceren een **folder** waarvoor klanten zich kunnen inschrijven. Na een moeilijke periode zijn we vitaler dan ooit.



**1994**

Altijd maar meer mensen kiezen voor onze laagste prijzen. Met meer dan 110 Colruyt-winkels is een **nieuw distributiecentrum** nodig. Dat opent in **Ghislenghien**.



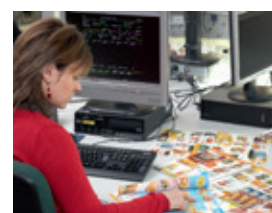
**2006**

De **Prijnsindex** wordt ingevoerd. Klanten kunnen er de objectieve prijsverschillen nagaan, die door Quality Control worden gevalideerd. Vandaag is dit de **Prijnsbarometer**.



**2008**

Colruyt Laagste Prijzen opent een **eerste winkel in het Groothertogdom Luxemburg**. Ook hier garandeert het prijzensecretariaat de prijsopname en -bepaling.





**2009**

Een aparte **folderploeg** wordt opgericht, want het verwerken van de folders van de concurrenten vraagt heel wat vakmanschap.



**2010**

Al jarenlang staat Colruyt op één in de supermarktenquête van consumentenorganisatie **Testaankoop**, als goedkoopste supermarktketen voor A-merken.



**2010**

Het **Service Center Prijzen** ontstaat. Het blijft prijzen opnemen en verwerken, maar koopt ook artikelen aan (bv. voor kwaliteitscontrole), beantwoordt Rode Telefoons en analyseert de prijzen in de markt.

**2017**

**Xtra** wordt gelanceerd. Vanaf nu kunnen klanten via Xtra de laagste prijzen vinden, de Rode Telefoon contacteren etc.



**2018**

Alle prijsopnemers gebruiken nu een **Digitaal Opnametoestel (DOT)**, dat ervoor zorgt dat opgenomen prijzen nagenoeg meteen doorgestuurd worden naar de centrale applicatie voor verwerking.

**2019**

Alle winkels beschikken over **ESL's (Electronic Shelf Labels)** om de prijzen elektronisch aan te passen en prijsaanpassingen al binnen de dag zichtbaar te maken.



**2020**

Onze eerste **Colruyt Professionals-winkel** opent te Meiser. Alleen Prof-klanten kunnen er terecht, en dat voor een uitgebreid horeca- en doorverkoopassortiment.

**2022**

Het Service Center Prijzen bestaat nu uit **110 collega's** die elke dag zorgen voor het verzamelen, verwerken en analyseren van prijzen.



**2023**

In elk van de **262 winkels** in België en in Luxemburg zorgen we voor de **laagste prijzen in die streek**, en dat voor elk product op elk moment. We testen nog elke dag innovaties en zetten in op werkvereenvoudiging, om zo altijd onze laagste prijzen te blijven garanderen.





# Zo volgt Colruyt Laagste Prijzen al 50 jaar de laagste prijzen

**Bij Colruyt vinden klanten altijd de laagste prijzen.** Vandaag al 50 jaar lang. Daarvoor vergelijkt de retailer de prijzen van zijn producten met de prijzen van identieke producten of producten met een vergelijkbare kwaliteit in andere supermarkten. Een unieke aanpak die in het leven geroepen werd om altijd de laagste prijs te kunnen garanderen, en om zo een **unieke positie op de Belgische retailmarkt** in te nemen. Een positie die nu nog steeds standhoudt. Maar hoe begon dat allemaal? Met een klein prijzensecretariaat van amper 4 prijsopnemers, dat sindsdien uitgroeide tot een volwaardig **Service Center Prijzen** met **110 medewerkers** die dagelijks prijzen verzamelen, verwerken en analyseren.



## Het prijzensecretariaat en de Rode Telefoon

In **1973** zag het prijzensecretariaat het levenslicht.

**4 prijsopnemers** noteerden prijzen eerst manueel, later gebeurde dat via de computer. Ze vergeleken duizenden prijzen van honderden winkels. Een aantal dagen later kwamen de aangepaste prijzen in de winkel. Zo werd het **prijzensecretariaat het zenuwcentrum van Colruyt**.

De laagste prijzen aanbieden is voor Colruyt een engagement. Dat, én dat ze er zelf aan kunnen bijdragen, moest duidelijk zijn voor klanten. De Rode Telefoon is geboren. Vanaf dat moment kunnen klanten bellen wanneer ze elders een product goedkoper vinden. Het verschil in prijs wordt dan terugbetaald en indien nodig aangepast in de winkels. Ook de Rode Prijzen maken hun intrede. Alle verlaagde prijzen kwamen toen in het rood te staan in de winkel.

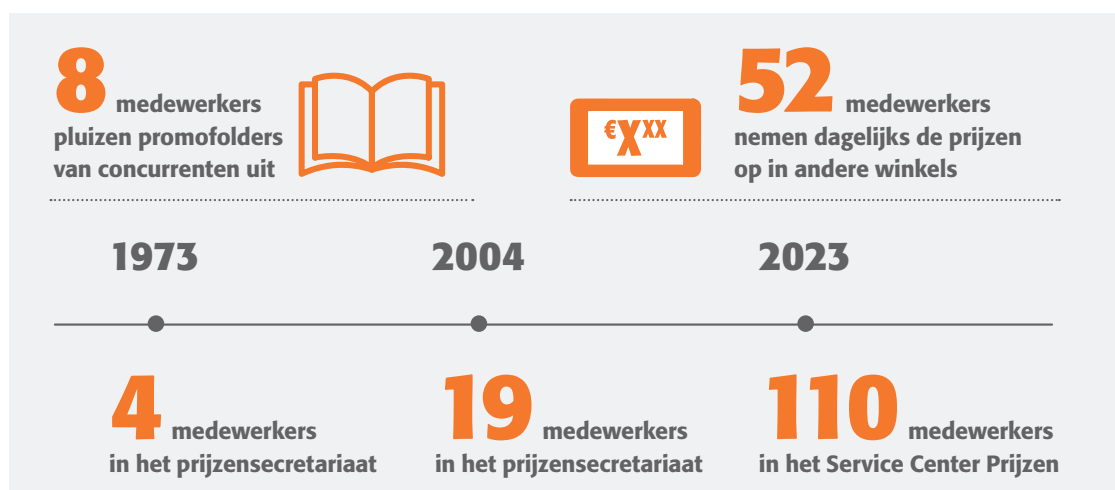


## Hoe vergelijkt Colruyt anno 2023?

Vandaag worden niet alleen prijzen opgenomen in winkels, ook promofolders van concurrenten worden uitgepluisd door het **Service Center Prijzen**. De promoties in die folders worden vergeleken met de prijzen van Colruyt en indien nodig worden de prijzen aangepast. Daarnaast worden ook online prijzen opgenomen via verschillende websites.

Dagelijks nemen **52 prijsopnemers** zo'n **50.000 prijzen** op. Dat in combinatie met de folderploeg die (online) folders uitpluist en websites scant, komt op zo'n **150.000 prijzen per dag**. Ook op basis daarvan worden de Colruyt-prijzen aangepast als dat nodig blijkt. Van zodra de Colruyt-medewerkers een prijs aanpassen in het centrale prijssysteem, kunnen deze worden doorgestuurd naar de winkels. Klanten zien dit vervolgens op het prijsetiket dankzij de elektronische prijsetiketten. Zo worden zelfs de lastminutepromoties van concurrenten opgevolgd.

**Zelf een lagere prijs gezien?** Dan kunnen klanten vandaag niet alleen bellen naar de **Rode Telefoon**, maar ook de medewerkers contacteren via een online formulier.



# Evolutie van de Rode Telefoon

Al in **1980** ontstaat het idee van de Rode Telefoon. Waarom? Omdat niet veel klanten weten dat Colruyt ook dan al de laagste prijzen biedt. De retailer roept klanten op om te bellen wanneer ze elders een lagere prijs tegenkomen. Die oproep komt er via de grootste Colruyt-campagne tot dan toe.

**Vandaag** is de Rode Telefoon nog altijd **een vaste waarde**, het nummer staat op elke Colruyt-folder vermeld. Intussen kunnen klanten ook digitaal 'Rode Telefoons' doorgeven via het online contactformulier en via sociale media, waar ze binnen de 24 u. geholpen worden.

## De klant voorop

Bij de start van de Rode Telefoon wilde Colruyt vooral de laagste prijzen garanderen aan zijn klanten. Klanten belden om prijsverschillen door te geven, maar gaandeweg ook met andere vragen. Zo werd de **Rode Telefoon** een belangrijk onderdeel in de klantendienst van de retailer.



“ Ik werkte vanaf 1990 voor de Rode Telefoon. In die tijd probeerden mensen zelf ook alle prijsverschillen op te snorren en belden ze dagelijks. Die verschillen kwamen vaak uit promofolders van concurrenten. Onze prijs was dan natuurlijk al aangepast.

**Tina Delbaer** (op de foto),  
VAKteam Customer & Marketing

Vroeger



In 1990 waren er

**± 3.000**  
Rode Telefoons per jaar



**3** medewerkers  
beantwoordden  
de vragen van klanten

Vandaag



**± 20.000**  
Rode Telefoons per jaar



**38** medewerkers  
beantwoordden  
de vragen van klanten



**60%**  
van de Rode Telefoons  
is vandaag digitaal



# Vandaag veel sneller dankzij digitale innovatie

Colruyt reageert niet alleen op de prijzen die de prijsopnemers noteren. Via een aparte flow reageert de retailer ook op promo's, acties en folders van concurrenten. Dit proces kende een enorme digitale innovatie. **Sinds 2019** worden de prijzen in alle Colruyt-winkels **digitaal** aangepast. Daardoor kan de retailer veel **sneller reageren op onverwachte prijsaanpassingen**. Bovendien krijgen winkelmedewerkers zo meer tijd voor hun kerntaken, en hoeven ze geen manuele prijsaanpassingen meer te doen.



## 50 jaar geleden: een proces van gemiddeld 5 dagen

**1 week op voorhand** wordt vastgelegd **welke producten** elke prijsopnemer gaat **controleren** en in welke winkels dit gebeurt.

Er worden kaartjes gedrukt waar alle productinfo op staat en waar de opnemers de prijzen op noteren.

De **prijsopnemers** controleren de prijzen van de producten op hun kaartjes. Op het einde van de werkdag gaan ze naar huis en **geven ze de genoteerde prijzen door via fax**.

De doorgefaxte prijzen worden behandeld door de prijsverwerkers op het **prijzensecretariaat** in Halle en in het prijzensysteem ingegeven.

De prijszetters zetten nieuwe prijzen aan de hand van de wijzigingen. Het systeem berekent zo de **nieuwe laagste prijs**.

De nieuwe prijzen worden gedrukt en verdeeld over de Colruyt-winkels. Winkelmedewerkers steken de **nieuwe prijskaartjes** op de juiste plaats **in de winkel**.



## Vanaf 2009: de folderploeg pluist promofolders uit

**Folders van concurrenten** worden meteen bekeken wanneer ze in de bus vallen, enkele dagen voor de kortingen geldig zijn.

De prijszetters zetten nieuwe prijzen aan de hand van de wijzigingen. Het **systeem berekent zo de nieuwe laagste prijs**.

De **nieuwe prijzen worden gedrukt** en samen met de andere prijsaanpassingen verdeeld over de Colruyt-winkels. Winkelmedewerkers steken de nieuwe prijskaartjes op de juiste plaats in de winkel. Zo zijn de **prijzen al aangepast op het moment dat de acties ook bij concurrenten van start gaan**.



## Vandaag: binnen de 24 u.

Tot een **dag op voorhand** kunnen producten die de prijsopnemers controleren gewijzigd worden. Zo kunnen ze sneller inspelen op trends of acties van concurrenten. De producten worden opgeladen via het **Digitaal Opnametoestel (DOT)**.

**Prijsopnemers** controleren de producten op hun DOT en sturen na hun winkelbezoek de prijzen meteen door naar het **Service Center Prijzen**.

De folderploeg pluist alle folders systematisch uit. Daar horen ook de online folders bij. En de tientallen websites van concurrenten. Ook die worden dagelijks in het oog gehouden.

Eventuele prijswijzigingen worden meteen verwerkt en **binnen de 24 u. aangepast** op de **elektronische prijsetiketten** in de winkels.

“ In de jaren 2000 ontvingen we op de dag van de nieuwe folder tot 3.000 prijsetiketten om te vervangen. Met z'n vieren begonnen we tussen 6 en 9 u. 's ochtends met het uitknippen en het 'steken' van de nieuwe prijzen. We wandelden zo'n 10 kilometer op de dag van de nieuwe folder, een mooie ochtendwandeling!

**Frederic Destrebecq,**  
al 33 jaar medewerker in Colruyt Peruwelz

“ Toen ik als prijszetter begon in het toenmalige prijzensecretariaat, waren we met ons drietjes. Er waren toen ook nog geen computers. Toen die werden geïnstalleerd was dat een hele aanpassing: ik had nog nooit met eentje gewerkt! Vroeger noteerden we ook alle gegevens van de dag ervoor in een schriftje. Daar hing een frank op die de toenmalige directeur had gevonden. Want elke frank telde! En voor ons is dat nog altijd zo, bij het zetten van prijzen telt elke euro. Er is veel veranderd, maar dat niet.

**Ingrid Stevens,**  
al 40 jaar Colruyt-medewerker en al 29 jaar prijszetter.

#### De cijfers vandaag

**± 600**  
nieuwe prijzen worden elke  
nacht berekend per winkel

Wanneer de nieuwe Colruyt-  
folder uitkomt, loopt dit op tot  
**3000** prijzen\*

\* Dit zijn dan niet alleen dagelijkse prijswijzigingen, maar ook aanpassingen van de eigen promo's.

#### Wist je dat?

De functie van prijsopnemer was vroeger volledig vrouwelijk: in die tijdsgeschiedenis gingen immers vooral vrouwen naar de winkel, zij vielen minder op en zo kon een prijsopnemer discreter blijven. Pas in 2004 werd de eerste mannelijke prijsopnemer aangeworven.



#### Wist je dat?

In 1999 werd in elke Colruyt-winkel een snelrapportprinter geïnstalleerd. Prijswijzigingen die heel snel moesten gaan, zoals dagprijzen van groenten en fruit of reacties op promo's van concurrenten, konden vanaf dan in de winkels gedrukt worden en werden vervolgens meteen door de medewerkers bij het artikel gezet.



# De Laagste Prijs. Zwart op wit.

Zwart = de laagste prijzen

Rood = promo's boven op de laagste prijzen

**colruyt**  
laagste prijzen

Geldig van 1/6 t/m 14/6/2022.



# De laagste prijs. Zwart op wit.

In mei 2022 vereenvoudigt Colruyt zijn prijsaanduidingen. Alle prijzen worden standaard in het zwart weergegeven, met de melding 'laagste prijs' op het prijsetiket. Dit zijn ook de verlaagde prijzen als reactie op concurrenten. Eigen promoties staan in het rood, met de melding 'actie' erbij. Zo is het nog duidelijker dat klanten altijd kunnen rekenen op de laagste prijzen én bovendien vaak ook op bijkomende kortingen. Niet onbelangrijk: deze vereenvoudigde prijsaanduiding is meteen ook in overeenstemming met de nieuwe Europese wetgeving, in België van toepassing sinds juni 2022.

## Hoe lees je de digitale prijsetiketten?

Bij Colruyt worden de prijzen, die sowieso de laagste zijn, altijd in het zwart aangeduid. Komt er boven op die laagste prijs nóg een promo, dan staat die in het rood op het prijsetiket. Maar wat is het verschil tussen Xtra-korting en hoeveelheidskorting?

## Wat is het verschil tussen Xtra-korting en hoeveelheidskorting?

Een **Xtra-korting** is een promo specifiek voor Colruyt, namelijk een korting in percentage of in euro die ook in de folder te vinden is. Klanten kunnen ervan genieten op vertoon van hun Xtra-app of -kaart.



Een **hoeveelheidskorting** is een voordeelprijs. Dit voordeel is ofwel een reactie op een hoeveelheidskorting bij een concurrent, of een promoprijs in de folder, of een permanente korting om klanten te belonen die grote hoeveelheden kopen. De Xtra-app of -kaart is niet nodig om van deze kortingen te profiteren. Zowel Xtra-kortingen als hoeveelheidskortingen staan vermeld op onze ESL's en kassaticketten, maar op een andere manier.







In **1985** verstuurt Colruyt de **allereerste folder**, de voorloper van de huidige tweewekelijkse Colruyt-folder. Die ontstaat om de (net ingevoerde) Rode Prijzen in de kijker te zetten. Die eerste folder is een groot succes, en de toenmalige commercieel directeur nodigt daarop de leveranciers uit, met het voorstel hun producten in de folder te plaatsen, tegen betaling weliswaar. Een aantal van die leveranciers hapt toe en zo volgen dat jaar nog 2 folders met naast de Rode Prijzen ook andere artikelen. Die kennen een groot succes en vanaf 1986 start Colruyt met 10 thematische folderacties per jaar.

Vanaf dan kunnen klanten inschrijven op de folder. Daarin zitten alle kortingen verzameld, in de vorm van een **bonnenboekje**. Klanten kunnen die bonnetjes uitscheuren of in de winkel uit de rekken nemen. Want ook klanten die de folder niet in de bus krijgen kunnen profiteren van alle acties. Doorheen de jaren verandert de Colruyt-folder weliswaar enkele keren van stijl, maar de bonnetjes blijven.

Dat verandert in **2007**, bij de lancering van de **Extra-kaart**. Vanaf nu worden alle bonnetjes digitaal verzameld op de Extra-kaart. Klanten krijgen hun korting onmiddellijk aan de kassa. Ook de folder verandert: geen bonnenboekjes meer, maar een Inspiratiefolder, een Actiefolder en een revolutionair gedeelte: 'Selectie voor U'. Dit was en is nog altijd een gepersonaliseerde korting op maat van elke klant.

Pas vanaf **2012** verschijnt de Colruyt-folder **tweewekelijks**. Ook Extra evolueert mee en wordt in 2017 **Xtra**, eerst via een vernieuwde kaart en daarna met een succesvolle app. En daar stopt het verhaal nog zeker niet.

In **2023** krijgt de Colruyt-folder een nieuwe insteek. Weg is het aparte weekmenu in de Inspiratiefolder: de **Weekplanner** doet zijn intrede. Colruyt wil vanaf nu klanten doorheen de week begeleiden met tips, recepten en producten. Alle folders zijn vandaag ook online te raadplegen.



Van  
**400.000**  
 exemplaren in 1986  
 naar  
**1.850.000**  
 exemplaren vandaag



# De laagste kosten voor de laagste prijzen



Wie bij **Colruyt** winkelt, weet dat de winkels er **uniek uitzien**. Ze zijn sober, maar efficiënt ingericht. En ook de werkmethodes van de Colruyt-medewerkers worden volledig geoptimaliseerd. Want door de eigen kosten laag te houden, kan Colruyt haar middelen maximaal investeren in de laagste prijzen.



# Enkele succesvolle initiatieven



**Zuinige diepvrieskoffers:**  
ze verbruiken 5 keer minder energie dan verticale diepvriezers en ook de ondoorzichtige deuren zorgen voor minder energieverbruik.



**1 grote gekoelde versmarkt:**  
zo houden de verse producten elkaar koel. De warmte die vrijkomt aan de koelmachines verwarmt de winkels.



**Winkelkarren zonder muntslot:**  
zo wordt per kar € 14 bespaard. Klanten hoeven ook niet te zoeken naar passende muntstukken.



**Slimme kassa's:**  
deze zijn nog niet in elke winkel te vinden, maar zorgen er wel voor dat producten sneller worden overgeladen. Doordat winkelmedewerkers met beide handen kunnen overladen, is het ook een pak ergonomischer.



**Product Finder-applicatie:**  
zo winnen de medewerkers van elke winkel per dag tot anderhalf uur tijdens het aanvullen van de winkelrekken. Medewerkers scannen met hun smartphone een artikel in en een lichtje op het bijhorende prijsetiket knippert. Zo zien medewerkers snel waar een artikel aangevuld moet worden.



# Een werkvereenvoudiger, wat is dat?

Het is een **unieke job** die je vooral bij Colruyt vindt: die van werkvereenvoudiger. Die zoekt naar manieren om het **werk van collega's eenvoudiger te maken**. 'Hoe werken we nu?' en 'Hoe kan het beter?' zijn vragen die de werkvereenvoudiger dagelijks stelt. Bij Colruyt zijn er vandaag 55 werkvereenvoudigers aan de slag die functies en diensten blijven analyseren en optimaliseren om de laagste prijzen te kunnen garanderen.

“ Onze job is enorm gevarieerd. Het geeft voldoening om het resultaat te zien van onze inspanningen: lagere kosten, hogere efficiëntie, ergonomischer werken en, uiteindelijk, tevreden medewerkers. Onze functie is de lijm tussen verschillende functies en verschillende diensten. We leggen alle puzzelstukjes samen en moeten het totaalplaatje kunnen zien. Alles kan verbeterd worden. Elke kleine verandering kan grote gevolgen hebben.

**Luigi Tavagnacco,**  
werkvereenvoudiger



## Het bewijs van hun succes:

### Vermindering tellingen in de versmarkt

Winkelmedewerkers tellen regelmatig verplicht de producten in de versmarkt. Door die tellingen efficiënter te maken tijdens de dagelijkse taken, kon het aantal verplichte tellingen van twee naar een teruggevoerd worden. Dat is een besparing van 2 à 4 u. per week.

### Oud brood wordt samen opgehaald

Oud brood werd elke dag opgehaald, maar dat betekende afvalkarren die vaak maar voor de helft gevuld waren. Momenteel testen de werkvereenvoudigers om slechts twee of drie keer per week het oud brood op te halen. Dat resulteert in volle karren, die tijd én ritten besparen!

### Optimalisatie van de receptie in Ollignies

In het distributiecentrum van Ollignies werd de plaats waar goederen toekomen gereorganiseerd en werd er meer ingezet op een automatische receptie. Zo werken er nu twee medewerkers voor drie kaaien in plaats van één medewerker per kaai.

# Samen werken aan de laagste prijzen

50 jaar laagste prijzen, dat betekent ook minstens even lang constructief samenwerken met leveranciers. Naast onze eigen focus op de laagste kosten zijn de afspraken met onze leveranciers uiteraard ook van groot belang. We laten hier enkelen van hen aan het woord: stuk voor stuk leveranciers met wie we al decennia samenwerken. Een engagement dat soms klein begon, en steeds meer uitgroeide tot een echt partnership.

## Samenwerking met fruitkwekerij Bangels: bijna 30 jaar

“ De eerste jaren werkten we met Colruyt samen via de veiling. Intussen zijn we al 10 jaar een van de drie vaste appelleveranciers van Colruyt en hebben we de Belgische soorten Magic Star en Coryphee mee geplant. En daar zijn we enorm fier op!

**Christophe Bangels,**  
oprichter fruitkwekerij Bangels

## Samenwerking met chipsfabrikant Crocky: al meer dan 35 jaar

“ Ik begon zelf in 1991 met Colruyt samen te werken. En dat is nu nog altijd een win-win-win: een win voor de leverancier, een win voor Colruyt en nog het belangrijkste, een win voor de consument. Bij Colruyt is elke medewerker zo gemotiveerd in zijn vak dat het wel lijkt alsof ze elk de eigenaar zijn! Dat vind je helemaal niet vaak in de retailwereld.

**Hein Debever,**  
Sales Manager Home Belgium van Crocky

## Samenwerking met Erard NV, producent en leverancier van plooiboxes: al 40 jaar

“ Colruyt denkt mee out of the box en is niet bang van vernieuwing. Toen wij meer dan 20 jaar geleden Italiaanse plooiboxes voorstelden, bestelde de retailer meteen een hele vrachtwagen. We overwogen te investeren in een eigen fabriek en Colruyt ondersteunde ons niet alleen, maar garandeerde ook meteen een samenwerking van 3 jaar. Op die manier lanceerde de retailer ons op de markt. Napoleon Bonaparte zei: “Ability is nothing without opportunity”. Mijn bedrijf kon het maken, maar we hadden iemand nodig die het wilde bestellen. En dat is voor ons altijd Colruyt geweest.

**Kris Erard,**  
oprichter Erard NV





**Contactinfo:**

press@colruytgroup.com

0473/924 510



**Scan deze code**  
en ontdek het  
digitale persdossier

**colruyt**   
laagste prijzen

