

slimme reclamecampagne voor een bestaand product. Of een nieuwe distributiemethode.

Dat een andere manier van distribueren kan leiden tot een bloeiend bedrijf blijkt wel uit het verhaal van een van Nederlands bekendste familiebedrijven. SHV groeide uit tot een succes door innovatie in het distributiekanaal. Het bedrijf choqueerde destijds de ingedutte detailhandel met zijn Makro. De Makro levert producten aan een geselecteerd publiek van ondernemers die contant afrekenen. Doordat producten in grote volumes worden ingekocht, blijft de prijs aantrekkelijk. Verder zijn bij de winkels, gelegen op bedrijventerrein, volop parkeerplaatsen beschikbaar, een andere reden van de populariteit van de Makro.

Dus: een ander pad inslaan dan het gebruikelijke biedt meer kans op succes dan jaren wachten op het ultieme idee.

Het Nieuwkoopse bedrijf Tuyu onderscheidt zich met maatschappelijk verantwoorde relatiegeschenken. Eigenaar Antoinette van Gast levert niet zomaar een pakket wijn of een verzameling kookspullen. Ze ontwerpt manchetknopen, servies en pennen in samenwerking met mensen in ontwikkelingslanden. Zo ontstaat een origineel product en groeit ook nog eens de werkgelegenheid in die landen. Voor bedrijven in het Westen bieden deze relatiegeschenken een prima manier om hun duurzame boodschap uit te dragen.