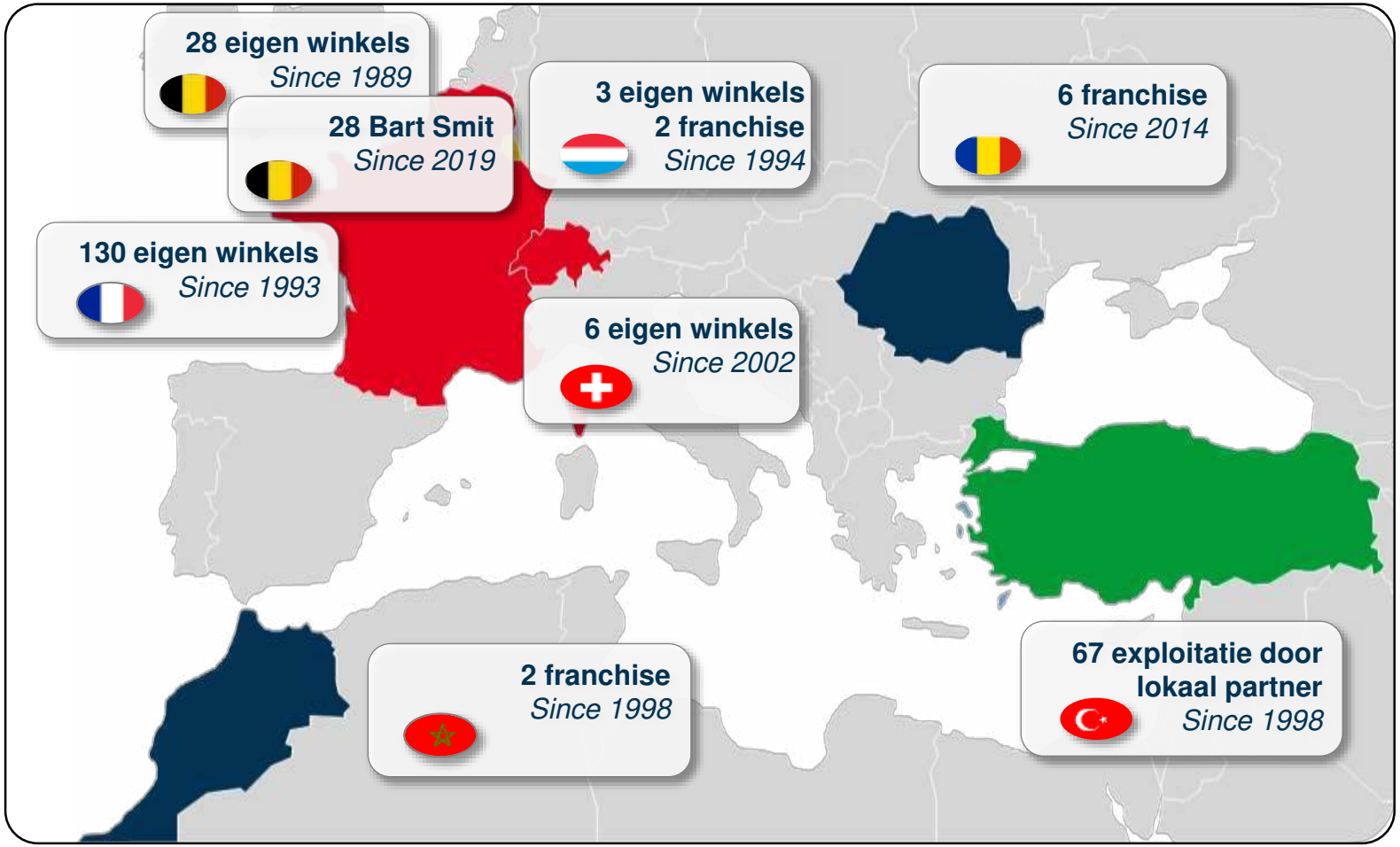
maxi toys
Maxi Toys fête ses 30 ans !

30

maxi toys

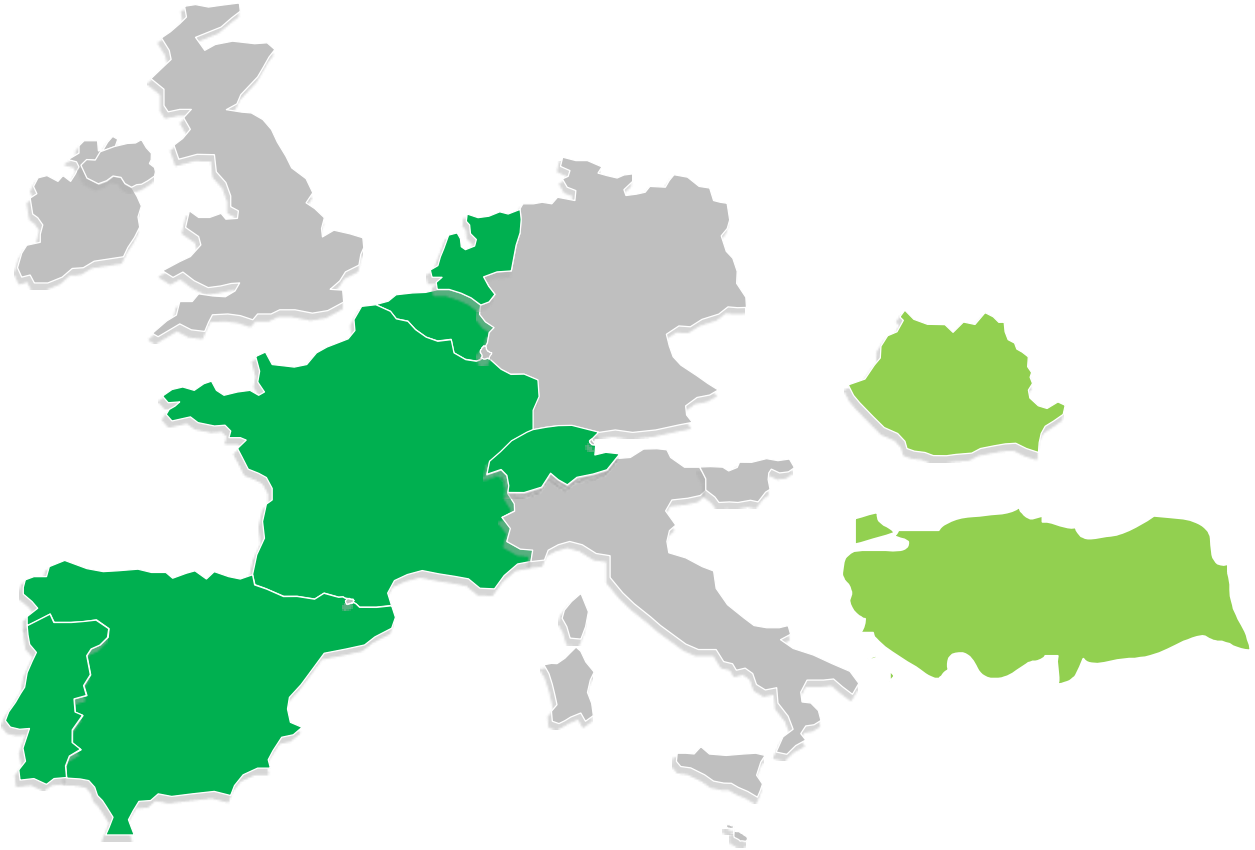
Wie is Maxi Toys?



- Omzet €230 mio.*
- 195 eigen winkels*
- 1.400 medewerkers
- 4 landen BE, FR, LU, CH
- Franchise in RO, TU en MA
- HQ 45.000m² + 2.200 m² offices in Houdeng-Goegnies

*ex franchise/partners

Green Swan Presence in Europe



Own Stores	382
Portugal	11 TRU
Spain	50 TRU
France	130 MT
Switzerland	6 MT
Luxembourg	3 MT
Belgium	56 MT
Netherlands	126 IT

Franchisees	85
Romania	6 MT
Morroco	2 MT
Netherlands	75 IT
Luxembourg	2 MT

Partnerships	67
Turkey	67 MT

TOTAL	534

JD.COM 京东
amaz
Alibaba.c
kuten
天
bol.com

maxi toys

King Jouet – la revue 10/2017

“Wij hebben duidelijk de ambitie om de beste teams te hebben in onze winkels teneinde een optimale klantenervaring te kunnen bieden aan onze klanten die de fysieke winkels bezoeken”

TRU – la revue 10/2017

“Wij willen eenvoudigweg de beste zijn, jaar op jaar, en dit verloopt op een natuurlijke manier want Toys R Us is een extreem sterk merk, met één belangrijk kapitaal, onze winkelteams, die dagelijks het verschil maken”

“Onze website is het verlengstuk van onze klantenervaring die we in onze winkels terugvinden, deze draagt bij tot het bouwen van een merk die anders is dan wat een pure player kan bieden aan de consument”

LGR – la revue 10/2017

“Wij zijn ervan overtuigd dat de combinatie van fysieke winkelpunten met een performant omni channel platform, ondersteund door een sterke supply chain een model kan leveren dat voldoet aan de verwachtingen van de nieuwe consument”

Maxi Toys – la revue 10/2017

2018

L'apocalypse du commerce de détail en 2018: encore des milliers de magasins sur la liste noire

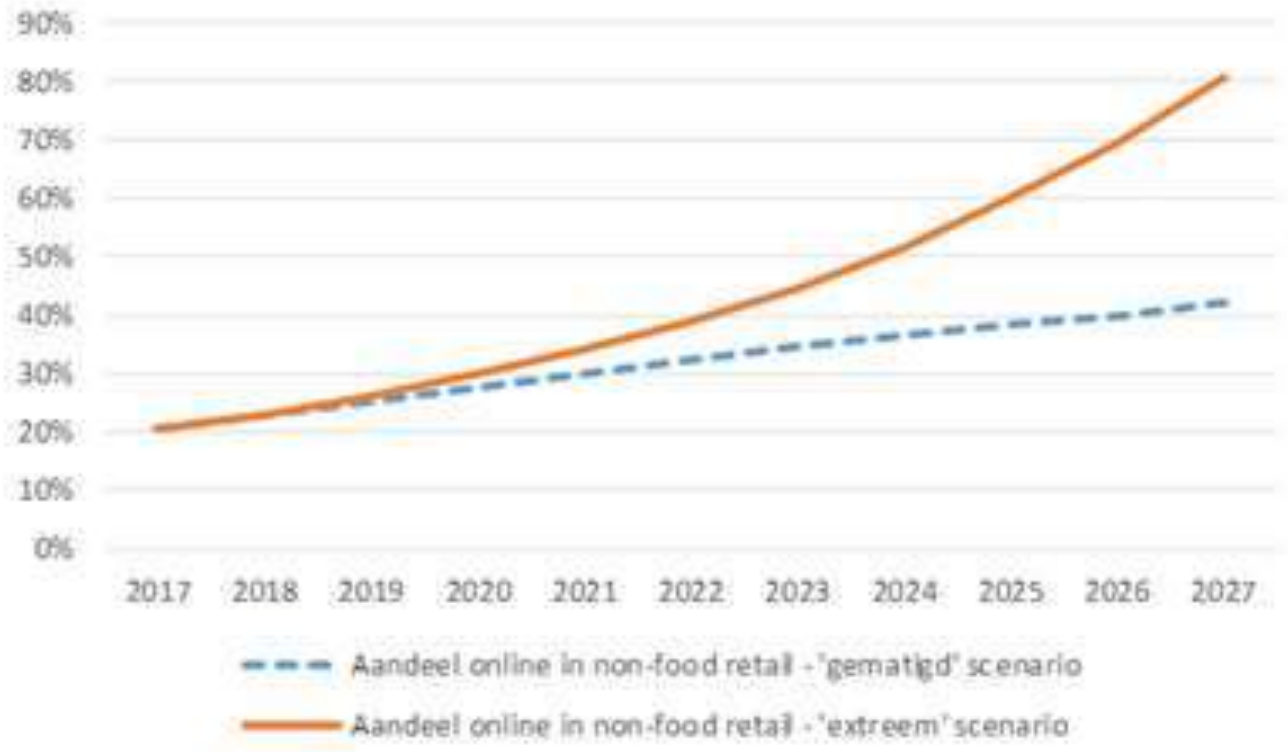
Arnaud Lefebvre
editor express

6 MARS 2018 · 0 SOCIAL SHARES

En 2017, aux États-Unis, l
largement dépassé cette
Business. En Belgique é
Royaume Uni, 1 livre st

Pourquoi Toys'R'Us et La Grande Récré menacent de fermer alors qu'il s'est rarement vend

t de jouets



Un marché de marques où seul le prix fait la différence

2018

Tous les magasins belges de La Grande Récré ferment ce mercredi: 95 personnes perdent leur emploi

Publié le 20 juin 2018 à 08h34 |

Capture d'écran Youtube

Toys'R'
redres
VÉRONIQUE YVERNAUL
PUBLIÉ LE 19/07/2018
TWITTER
La filiale française du
ses salariés lors d'ur
annoncer son place
étape nécessaire, s
protéger l'entrepri

Toys
VÉRONIQUE YVE
PUBLIÉ LE 22/08/2

rique

se
!

GOOGLE +
nt que Fnac Darty avait retiré
do, propriétaire de l'enseigne
dossier a démenti cette
vait pas souhaité soutenir
de Paris mais qu'il la

2019

Doek valt vo

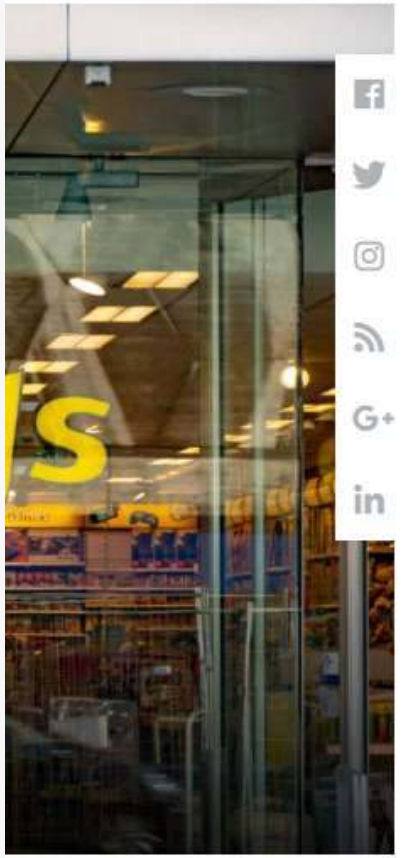
Speelgoedketen **Intert**
bekijken een doorstart
voorlopig wel open.

Intertoys gered van faillissement: akkoord over doorstart met Portugese investeerder

Maaike Homan • 08 maart 2019 07:14
@MaaikeUtrecht

Intertoys maakt een doorstart met een deel van de winkels. Beeld © ANP

Intertoys blijft bestaan. De franchisers van de speelgoedwinkel zijn vrijdagochtend door de curatoren geïnformeerd over de doorstart. De Portugese investeerder Green Swan zal een groot aantal winkels overnemen, andere zullen wel moeten sluiten.



vandaag het faillissement
'vergevorderd stadium".

maxi toys

- Hoe overleven in een zeer competitieve, concurrentiële en disruptieve omgeving?
  (marktaandeel winnen: met concurrentie online, discount, B2C, 2de hands,…)
- De nieuwe klant = geconnecteerd, online, prijs gevoelig en vergelijkt!
- De verwachtingen van de klant verhogen – levering 24u, ik wil mijn product, NU!
- Zondagopeningen, 24/24-7/7, klantendienst moet beschikbaar zijn en chat
- Concept, aanbod, positionering, service, medewerkers, logistiek, IT, marketing, online,… Alles moet op elkaar afgestemd zijn
- Pertinent zijn voor de klant?
- « Basics right » is niet voldoende meer
- Generatie Z naar generatie Alpha / digital natives – onze nieuwe « digi »consument

1

Customer Centric

Prioriteiten:

- Optimalisseren van de online en offline distributie
- CRM, NPS (gecentraliseerde klantendienst), life moments
- 360° communicatieplan

2

Omni channel

Prioriteiten:

- Team versterken
- Verbeteren/vernieuwen van de website/quick wins (UX, merchandising, search engine,…)
- Online traffic verhogen
- ROPO (e-resa, click & collect, kiosken,…)

3

Operational Excellence

Prioriteiten:

- Management by objectives
- Category management
- Inkoopbudget/category plan
- Omni channel supply chain

Maar…

… werken we nu op de juiste prioriteiten???
En…gaat het allemaal snel genoeg?

Gerealiseerd en lopend in 2019

- Optimalisatie winkelnetwerk
- 360° communicatieplan
- Centrale klantendienst
- Centrale klantendienst – optimalisatie van de procedures id winkel
- NPS in winkels en online
- CRM
- Digital team (incl marketing)
- Nieuwe website – Magento commerce
- ROPO – E-resa 2 uur na reservatie ophalen
- Cat management cultuur
- Inkoopbudget / Supply chain mgmt
- Implementatie van een nieuw WMS en OMS systeem
- Nieuw communicatieplatform voor de medewerkers

… kunnen al onze medewerkers deze (r)evolutie volgen?

…begrijpen al onze medewerkers wat we aan het doen zijn?

…geven we alle belangrijke info en context door aan onze medewerkers, op alle niveau maar ook aan de basis?

…volgen onze aandeelhouder en andere stakeholders de noodzakelijke investeringen en begrijpen zij de prioriteiten?

Omzet online verhogen vs rentabiliteit

- Is online omzet verhogen de juiste prioriteit?

JA!

- Is deze verhoging van pure webomzet ten gunste van de rentabiliteit?

NEEN!

- Zijn er alternatieven?

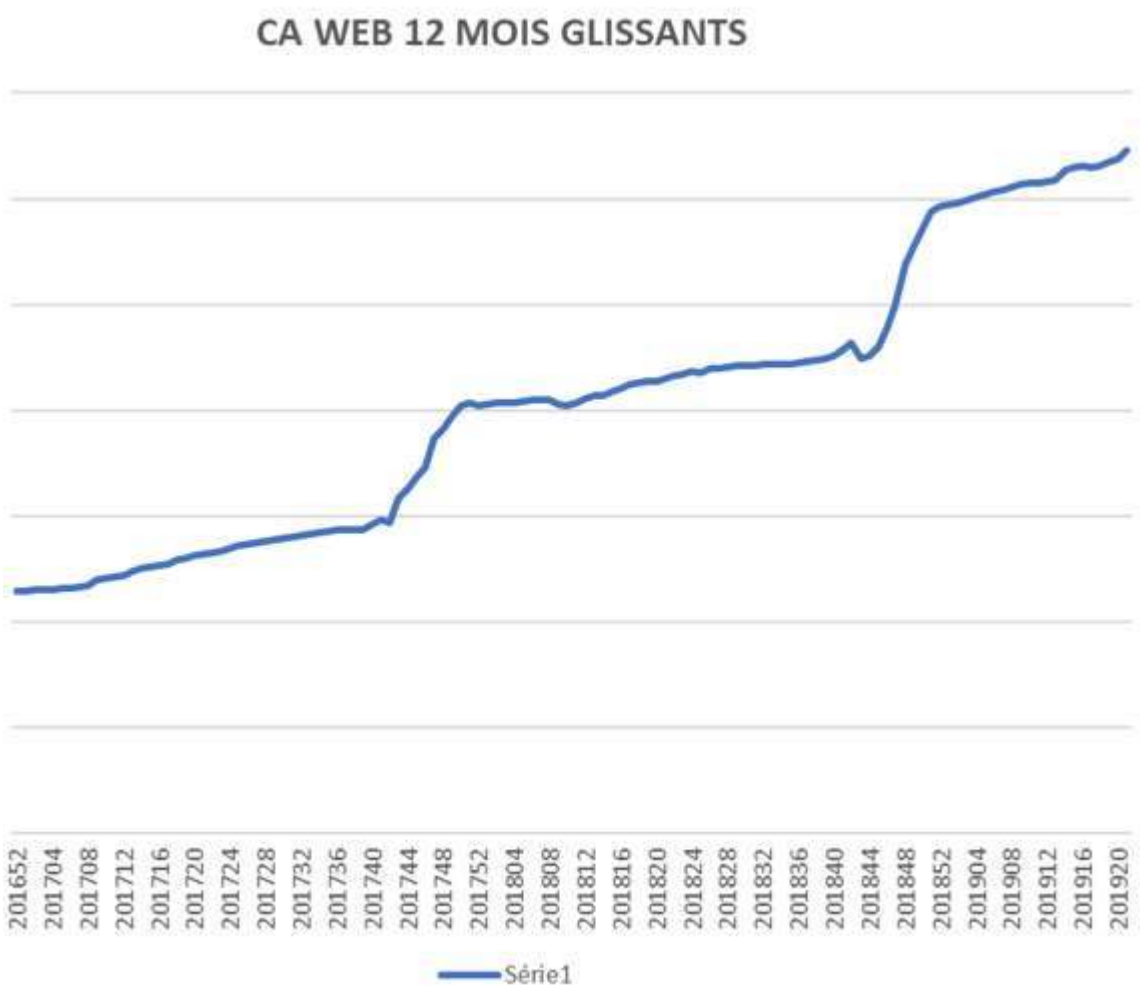
JA!

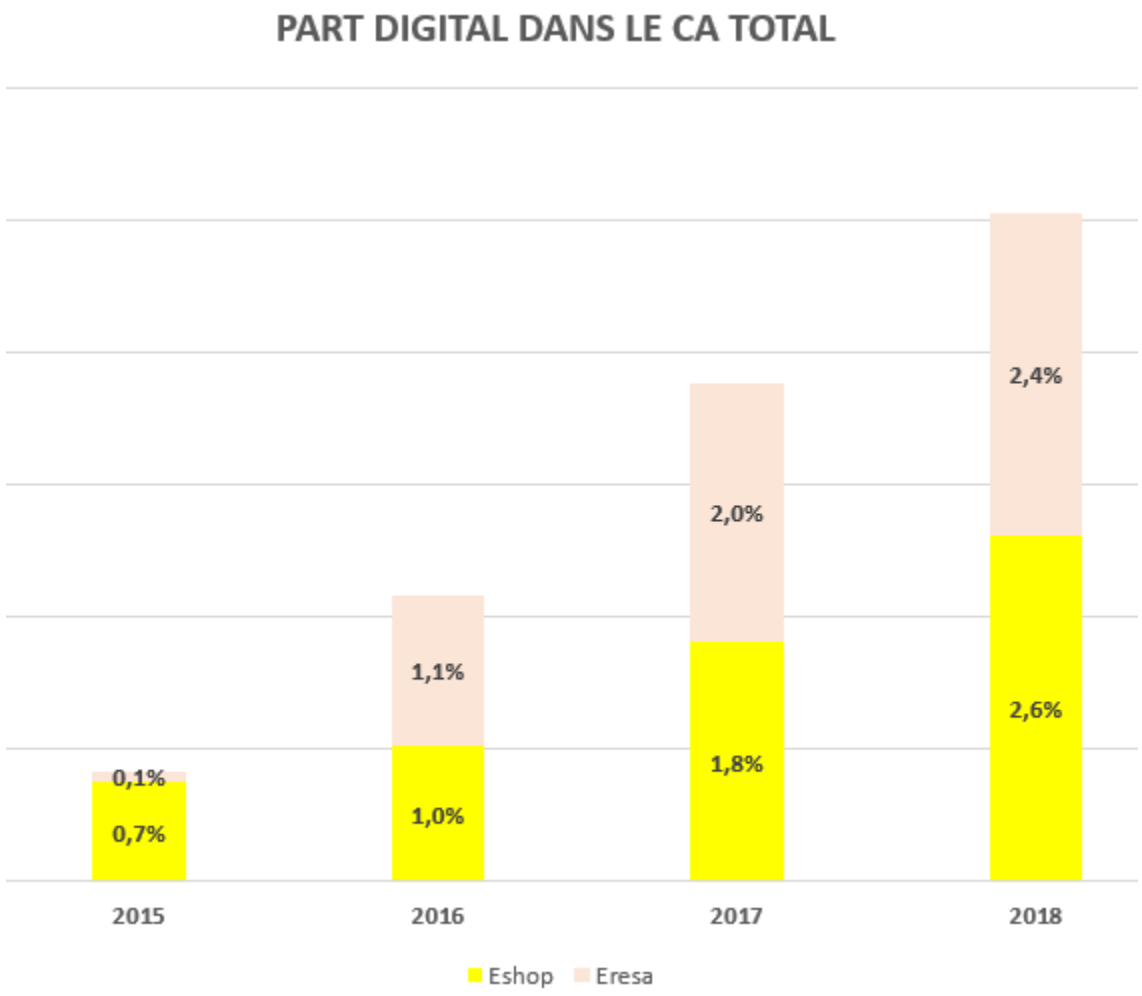
- Is digitale omzet dan rendabel te krijgen?

JA!

Omzet online verhogen vs rentabiliteit

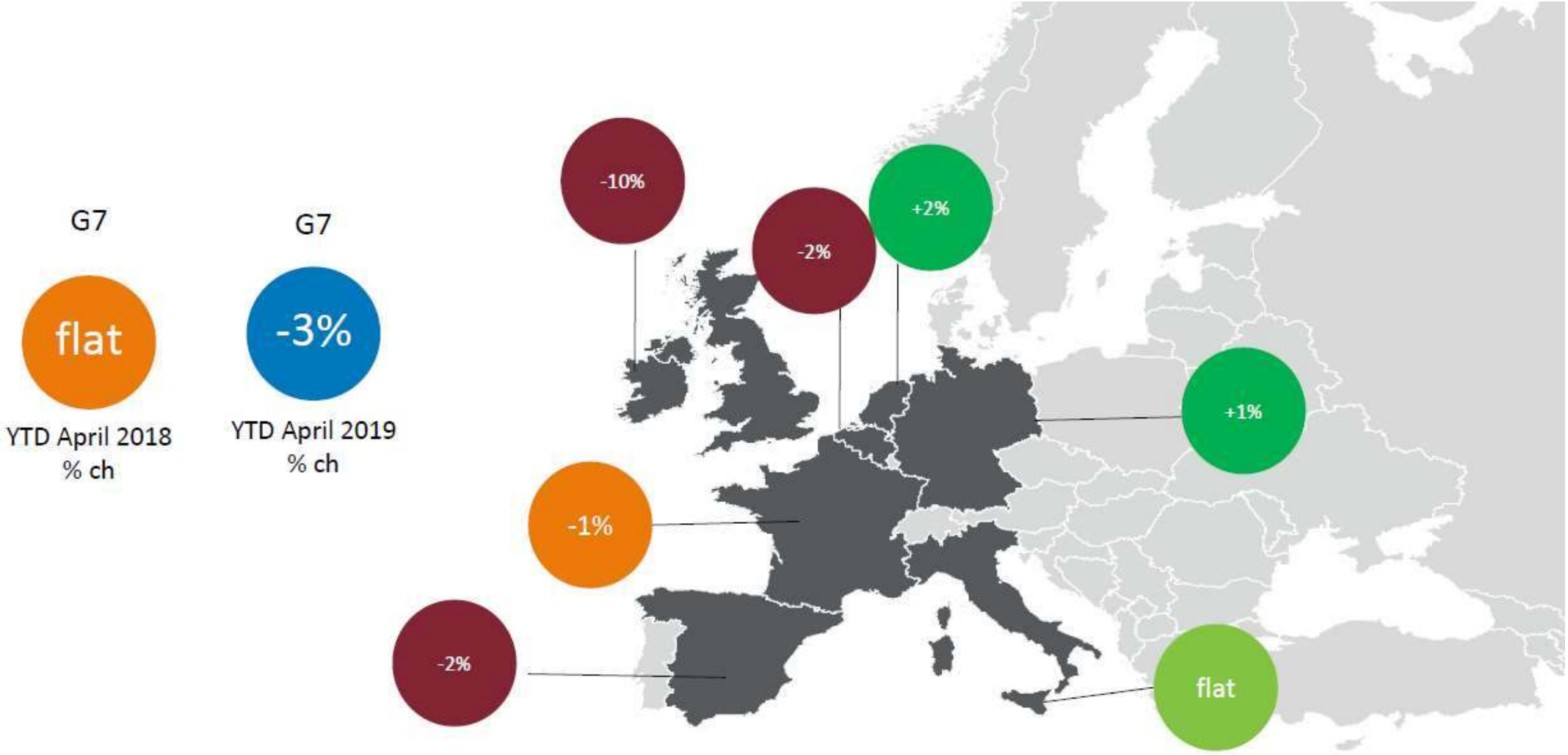
Ontwikkeling online en e-reservatie





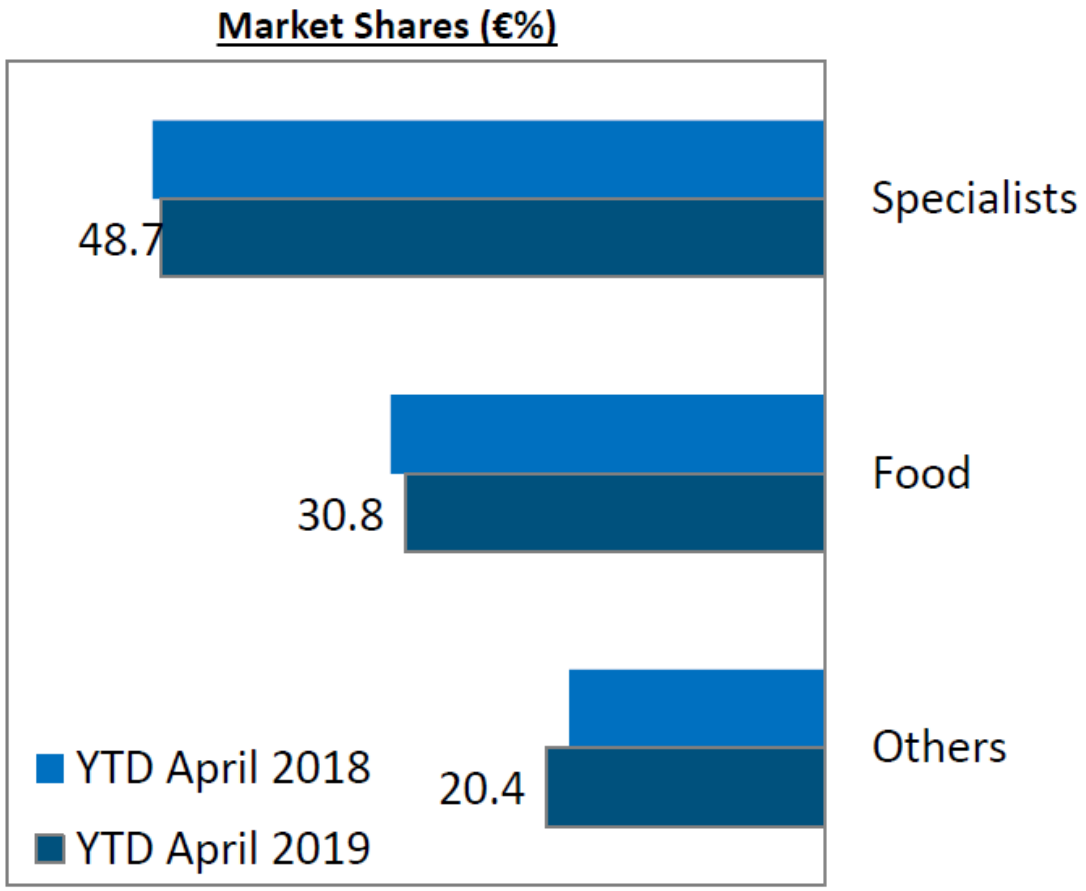
Laat ons kijken naar de resultaten…

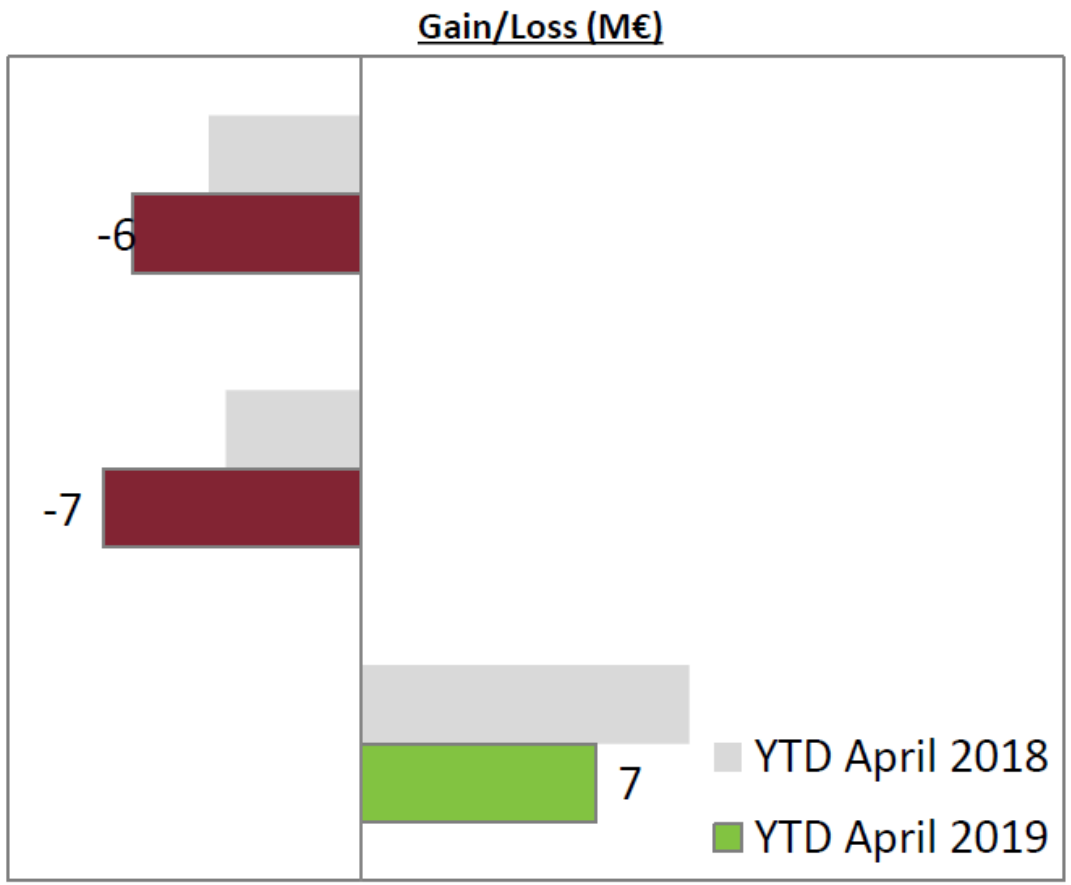
NPD eind april 2019 G7



Bron NPD France

NPD eind april 2019 Frankrijk





Bron NPD France

NPD Maxi Toys eind april 2019 Frankrijk

	France							
	Evol. Marché	Evol. MT	Ecart		Ecart vs Marché converti en €		PDM 2017	PDM 2018	Evol
ACTION FIGURES & ACC	-5,4%	3,5%	8,88 pt		179 K€		6,5%	7,1%	0,61 pt
ARTS & CRAFTS	-16,0%	-15,1%	0,92 pt		20 K€		5,3%	5,4%	0,06 pt
BUILDING SETS	-3,7%	-4,4%	-0,78 pt		-27 K€		6,4%	6,3%	-0,05 pt
DOLLS	22,3%	58,1%	35,85 pt		1.071 K€		6,1%	7,8%	1,78 pt
INFANT/TODDLER/PRESCHOOL TOYS	-6,9%	-1,1%	5,77 pt		381 K€		6,1%	6,5%	0,38 pt
GAMES/PUZZLES	3,0%	2,1%	-0,89 pt		-25 K€		4,0%	4,0%	-0,03 pt
YOUTH ELECTRONICS	-14,8%	-19,2%	-4,37 pt		-26 K€		7,2%	6,8%	-0,37 pt
OUTDOOR & SPORTS TOYS	-2,3%	2,3%	4,62 pt		210 K€		8,4%	8,8%	0,40 pt
PLUSH	17,7%	20,2%	2,47 pt		21 K€		4,8%	4,9%	0,10 pt
VEHICLES	-6,5%	12,3%	18,71 pt		366 K€		6,7%	8,1%	1,35 pt
ALL OTHER TOYS	-5,1%	-12,3%	-7,20 pt		-87 K€		4,5%	4,1%	-0,34 pt
TOTAL	**-1,4%**	**5,3%**	**6,77 pt**		**1.983 K€**		**5,95%**	**6,36%**	**0,41 pt**

Bron NPD France

NPD Maxi Toys eind april 2019 België

	Belgique						
	Evol. Marché	Evol. MT	Ecart	Ecart vs Marché converti en €	PDM 2017	PDM 2018	Evol
ACTION FIGURES & ACC	4,3%	66,5%	62,20 pt	249 K€	9,4%	15,1%	5,63 pt
ARTS & CRAFTS	-15,6%	-2,7%	12,90 pt	77 K€	9,7%	11,2%	1,48 pt
BUILDING SETS	2,7%	27,9%	25,28 pt	223 K€	6,5%	8,2%	1,61 pt
DOLLS	23,8%	103,1%	79,27 pt	640 K€	7,7%	12,7%	4,94 pt
INFANT/TODDLER/PRESCHOOL TOYS	-6,1%	15,2%	21,25 pt	379 K€	9,9%	12,2%	2,25 pt
GAMES/PUZZLES	-1,4%	24,7%	26,12 pt	199 K€	6,0%	7,5%	1,58 pt
YOUTH ELECTRONICS	-13,6%	1,2%	14,75 pt	26 K€	9,2%	10,8%	1,57 pt
OUTDOOR & SPORTS TOYS	-3,6%	13,7%	17,24 pt	303 K€	10,4%	12,3%	1,86 pt
PLUSH	3,4%	65,4%	61,98 pt	121 K€	6,0%	9,6%	3,58 pt
VEHICLES	-4,6%	33,5%	38,11 pt	188 K€	8,0%	11,2%	3,19 pt
ALL OTHER TOYS	-21,8%	9,5%	31,27 pt	99 K€	5,8%	8,1%	2,30 pt
TOTAL	**-1,5%**	**28,8%**	**30,24 pt**	**2.470 K€**	**8,27%**	**10,80%**	**2,54 pt**

Bron NPD France

Prioriteiten Maxi Toys 2019-2020

1. Full omni channel strategie verder implementeren

- Online en offline sterke aanwezigheid
- 360° marketing plan
- Optimaliseren van last mile deliveries, meer opties, dichter bij de klant

2. Integratie van Bart Smit shops => Maxi Toys city

- Volledige integratie van Bart Smit winkels in onze portfolio
- Rebranding naar Maxi Toys
- Aanpassen van collectie, marketing, online

3. Klanten service en innovatie bieden

- Verhuur van artikelen voor organisatie van verjaardag feestjes, 3D printing, personalisatie, events, demonstraties/animaties,…
- Educatieve programma's voor kinderen uitwerken, the Maxi Toys academy

4. Private labels / eigen merken laten groeien en positioneren

- Verhogen van aandeel private labels in de collectie, positionering en kwaliteit
- Delen van de private labels met onze partners, volume vergroten

5. Synergieën creëren met onze partners TRU en Intertoys

- Logistiek, ICT, aankoop, shared services, group buying niet commercieel,…

6. Sterke partnerships opzetten met onze strategische leveranciers

- Forecasting, logistics, rotatie, marketing, online, terms and conditions, betalingsmodaliteiten,…
- Differentiatie, bundels, exclusives, pre launches…

Vragen?