



Pasen 2017

Nog een week, dan is het Pasen. Voor de één een feest met een diepere betekenis, voor de ander een teken van vernieuwing, van de lente. Weer een ander denkt alleen maar aan een extra vrije dag.

Maar al met al wordt het een bijzonder weekend, dat begint met Goede Vrijdag. Ook u zult uw zaak die avond gesloten hebben en daarna is het kijken wat het wordt. Bij mooi weer zullen velen er op uit trekken, een dagje of een weekend weggaan. Nog meer mensen zullen dit weekend Pasen thuis vieren met gezellig samenzijn en heerlijk eten.



En daar komt onze handel al om de hoek kijken. Wat zijn er veel en lekkere producten aan te prijzen deze dagen! Wij zijn ervan overtuigd dat u goodwill kunt kweken bij de consument. Mensen die normaal en in het bijzonder deze dagen bij u komen shoppen kunnen hun ogen uitkijken naar al dat mooie dat de natuur ons biedt. De mooiste aardbeien, frambozen, blauwe bessen en bramen, de beste asperges. Sla, salades, rauwkosten, citrus, hard, zacht en exotisch fruit. Mooie jonge bladgroenten, nieuwe aardappelen en ga zo nog maar door. Het is gewoon te veel om op te noemen. Wat een weelde!

Toch zal zo hier en daar de focus wat vertroebelen doordat mensen niet alleen maar kijken hoe mooi en veel het is, maar die hun zinnen gezet hebben op specifieke producten. En het kan maar zo gebeuren dat er iets niet is. Natuurlijk, we proberen met zijn allen voor voldoende aanvoer te zorgen, maar de natuur laat zich nooit dwingen. Laten we als voorbeeld de beperkte beschikbaarheid van broccoli nemen, die we al een tijdje voelen. Of de penibele situatie in Peru, waar de meeste mango's en avocado's vandaan moeten komen. Dit land is zwaar getroffen door de invloed van El Nino en heeft te maken met ernstig verstoorde weersomstandigheden en aardverschuivingen.

En zo is er voor ieder product wel een verhaal, een excuus te bedenken waarom iets er niet is of er juist heel veel van is, heel goedkoop of juist duur is. Ik hoop dat de blik vooral positief zal zijn. Kijk vooral naar onze rijkdom, wat er allemaal wel mogelijk is tegenwoordig!

En dan nog: iedere streek, stad of dorp heeft zijn tradities en gewoontes. Probeer daar ook op in te spelen. Dan geeft u uw klant een gevoel van betrokkenheid, van warmte en waardering. Allemaal kansen! Succes deze week!

WEEKBERICHT Week 15 2017

Postuma AGF
Spoorstraat 47
8271 RG IJsselmuiden

T +31 (0)38 337 00 99
E agfinfo@postuma.nl



www.postuma.nl

AGENDA

Pasen
16 en 17 april

Sterrenuitreiking
Groenteman met Ster
7 oktober

Verleiden gaat nu bijna vanzelf!

De mooie tijd van het jaar is begonnen en we kunnen rekenen op hogere omzetten dan een aantal weken terug. Met de Pasen voor de deur is komende week een van de weken van het jaar waarin 'het moet gebeuren'. Gelukkig hebben we het aanbod mee, nu nog hopen op het weer. De kunst van het verleiden komt dan weer om de hoek kijken. Maar dat is deze tijd van het jaar eenvoudiger dan in de winter.

Verleiden is immers verkopen, zowel op de markt als in de winkel. Nu kun je de reacties 'oh zijn ze er weer!' al met regelmaat verwelkomen. Vul dit aan door te laten proeven, mooi te presenteren en de zintuigen van een consument worden volop gestimuleerd en hij/zij krijgt de onweerstaanbare neiging om te kopen.

Bladerend door wat oude columns kwam ik daar de volgende tekst over tegen die de kunst van het verleiden tot een wetenschap heeft verheven. Deze kennis in combinatie met het huidige productaanbod maken uw winkel onweerstaanbaar voor de consument en dat is precies wat we nodig hebben in de week voor Pasen!

Wist u dat er vanuit de overheid onderzoek gedaan is naar hoe we mensen kunnen verleiden gezondere keuzes te maken? Nu richt dit onderzoek zich met name op plekken waar ook ongezonde keuzes beschikbaar zijn en hoe je mensen toch kunt stimuleren het gezonde boven het ongezonde te kiezen. Toch geeft dit onderzoek een interessant inzicht in de manier waarop consumenten onbewust keuzes maken. Het verleiden van consumenten tot gezondere keuzes heet met een duur Engels woord 'nudgen' en er is dus ondertussen uitgebreid onderzoek gedaan naar hoe dit toegepast kan worden.

Het is daarom interessant om het onderzoek eens door te lezen en te beseffen dat uw klant in uw winkel of marktkraam niet alleen de keuze maakt uit uw assortiment. Maar veel meer de keuze maakt wat hij/zij op een bepaald moment gaat eten. Verleiden kan dus traditioneel door een mooie presentatie te laten zien en het laten proeven. Maar volgens het onderzoek zijn er nog andere manieren om uw consument te leiden in zijn of haar keuze. Zo onderscheidt nudgen drie verschillende manieren om consumenten te verleiden:

1. Signalen in de omgeving
2. Sociale normen
3. Groepsgedrag

Nu zijn dit wellicht grote dingen om als zelfstandige ondernemer in uw omgeving te veranderen. Maar het is goed om eens anders tegen dingen aan te kijken. Zo concurreert uw fruit misschien wel veel meer met de zak chips in de supermarkt dan met datzelfde product in de supermarkt? En misschien kunt u bij uw klanten een 'cup-a-soup' moment creëren. Een vast moment waarop ze een van uw delicatessen eten in plaats van die mok oplossoep. Wanneer u verleiden vanuit dit perspectief bekijkt biedt 'nudgen' interessante invalshoeken voor ons als gezonde sector.

Daarom is het goed om eens te brainstormen met uw omgeving over mogelijkheden om meer omzet op een andere manier te behalen door anders tegen dingen aan te kijken. Nudgen kan hierbij helpen en dit rapport geeft u sowieso inzicht in de psychologie van het kopen, en dat is onmisbaar als meestersverleider!

Het rapport kunt u gratis doorlezen op: <http://www.schuttelaar.nl/download/355>.

Overdenkertje

Soms is het niet alleen de kunst, maar ook de kwaliteit die verleid.

Omzetindex

Wat het weer met Pasen gaat doen is nog even afwachten, maar komend weekend wordt het in ieder geval lenteachtig! Met de uitschieter op zondag, stralend zonnig weer en zeker 20 graden. Daarna zakt het weer wat terug naar een graad of 11 met af en toe zon, maar ook kans op regen. Wij zetten in op 110 punten.

Prijsvergelijking tussen Albert Heijn en Jumbo

Deze prijsvergelijking is bedoeld om inzicht te geven in de prijzen van de supermarkt

Prijzen Albert Heijn				Prijzen Jumbo			
Datum	7 april 2017			Datum	7 april 2017		
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
Bloemkool		Per stuk	1,74	Bloemkool		Per stuk	1,59
Witlof		4 stuks	1,29	Witlof	AANBIEDING	3 stuks	1,19
Broccoli		500 gram	1,79	Broccoli		500 gram	1,79
Komkommer		Per stuk	0,79	Komkommer		Per stuk	0,69
Courgette	BONUS	Per stuk	0,59	Courgette		Per stuk	0,49
	2 voor 1,00						
Aubergine	BONUS	Per stuk	0,79	Aubergine		Per stuk	0,79
	2 voor 1,00						
Paprika rood		Per stuk	1,25	Paprika rood		Per stuk	1,25
Sperziebonen		500 gram	2,39	Sperziebonen	AANBIEDING	500 gram	1,49
Asperges		500 gram	4,99	Asperges		500 gram	4,89
Asperges	Geschild	400 gram	5,99	Asperges	Geschild	400 gram	5,89
Aardappelen	Kruimig	3 kilo	3,89	Aardappelen	Kruimig	3 kilo	3,85
Raapstelen	Per bos	100 gram	1,29	Raapstelen		200 gram	2,55
Bospeen	BONUS	Per bos	1,19	Bospeen		Per bos	1,38
Rabarber		300 gram	3,99	Rabarber		750 gram	3,99
Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,49	Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,45
Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,59	Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,49
	BONUS						
	2 voor 3,50						
Elstar		1,5 kilo	2,29	Elstar		1,5 kilo	1,89
Kiwi groen AH		Kilo	2,49	Kiwi groen (Zespri)		Kilo	3,38
Chiquita bananen		Kilo	1,89	Dole bananen		Kilo	0,99
Mandarijnen		Kilo	2,49	Mandarijnen		Kilo	2,49
Conference		Kilo	1,39	Conference		Kilo	1,49
Druiven wit	Pitloos verpakt	500 gram	2,39	Druiven wit	Pitloos verpakt	500 gram	1,79
					AANBIEDING		
Druiven rood	Pitloos verpakt	500 gram	1,99	Druiven rood	Pitloos verpakt	500 gram	1,79
	BONUS				AANBIEDING		
Mango		1 stuk	2,05	Mango		1 stuk	1,99
Ananas		Per stuk	2,19	Ananas		Per stuk	1,99
Galia meloen		Per stuk	2,19	Galia meloen		Per stuk	1,99
Aardbeien	Hollandse	500 gram	4,79	Aardbeien	Hollandse	400 gram	4,69

Moederdagactie:

Verse slagroom voor bij de aardbeien!

Advies: bij aankoop van 2 bakken á 500 gram aardbeien, 1 bakje slagroom gratis!

Moederdag is op zondag 14 mei 2017!

Zoals u zult begrijpen is er nog niemand die een prijs voor aardbeien wilt geven, maar voor slagroom natuurlijk wel! Doet u daarom ook mee? Geef hieronder aan hoeveel (verse) slagroom u wilt ontvangen. De slagroom is vanaf woensdagochtend 10 mei leverbaar.

De prijs voor (10x125ml) is slechts 75 cent per bakje.

Natuurlijk kunt u rekenen op een nette marktconforme aardbeienprijs.

De deelnemers die slagroom bestellen ontvangen tevens een gratis promotieposter!

Uw intekening dient uiterlijk **zaterdag 29 april** bij ons binnen te zijn.

Ja, wij doen mee aan de moederdagactie!

Verse slagroom voor bij de aardbeien voor de allerliefste moeder!

Bedrijfsnaam.....

Aantal dozen verse slagroom:.....dozen à 10 bakjes (à €0,75)

Bestellingen kunt mailen naar orders@postuma.nl of geef ze door aan uw vaste verkoper.



Exoot van de maand april

De exoot van de maand april is de cactusvijg! De cactusvijg is een ovaalvormige cactusvrucht. De dikke stekelige huid bevat veel vocht en beschermt het vruchtvlees. Het zachte en sappige vruchtvlees is lichtzoet van smaak en bevat eetbare pitjes. De cactusvijgen van Nature's Pride zijn schoongeborsteld en bevatten in principe geen stekels meer, maar het is altijd verstandig om voorzichtig te zijn. In Latijns-Amerika wordt er vaak jam of likeur gemaakt van de cactusvijg, maar cactusvijg combineert ook goed met geitenkaas of vis en is tevens een frisse toevoeging in een salade.



De cactusvijg vindt zijn herkomst in Mexico. Eeuwen geleden hebben Spaanse zeelieden de vrucht naar Zuid-Europa verscheept. De belangrijkste aanvoerlanden voor Nature's Pride zijn Colombia en Italië.

Twee jaar na het planten kan er voor het eerst geoogst worden. Een cactusplant produceert 15 tot 20 vruchten met elk jaar dezelfde cyclus. De eerste drie maanden kan er geoogst worden daarna is er een rustpauze van 6 maanden, waarna er weer 3 maand geoogst kan worden. Een cactusvijg is klaar om te oogsten wanneer er kleurverandering optreedt. Bij de ene variëteit is dat van donkergroen naar lichtgroen en bij andere variëteiten is dat van lichtgroen naar geeloranje of zelfs roodoranje. Tijdens de oogstperiode worden de vruchten één voor één met de schaar van de plant geknipt. In het pakhuis worden ze schoongeborsteld zodat er geen stekels meer aanzitten. Daarna worden ze gecontroleerd op kwaliteit, verpakt en vervoerd naar Nature's Pride.

