



Kersentijd!

Hoe verleid je je klant tot aankoop?

Presentatie: breng het product mooi groots.

Prijs: met een aantrekkelijke productprijs.

Proeven: laat proeven, het spreekt voor zich.

U kent deze 3P's allemaal, maar hoeveel komt er in de praktijk van terecht? Laat je een van die p's weg, dan werkt het maar voor de helft. Zorg er dus voor dat uzelf en ook uw personeel op de hoogte is van uw verkooptechniek en zorg ervoor dat iedereen hetzelfde denkt en doet.

Ook een klant die niet naar kersen kijkt en maar 3 seconden staat te wachten steekt gemakkelijk een kers in de mond. Zelf pakken is dan ook op dat moment niet aan de orde, want dat hoort niet zo, maar als u het aanbiedt vindt de klant het altijd lekker!

Wat ook goed kan werken; prijs de kersen per half pond, maar leg er ponzzakken bij, als u begrijpt wat ik bedoel. Draai je het om, dan lijkt je A) duurder en B) zal de klant automatisch minder meenemen.

Vooraf het zelf nadenken en uw eigen verkoopstrategie ontwikkelen is een positieve boost voor uw bedrijf en zorgt, zoals al eerder gezegd, ervoor dat alle neuzen dezelfde kant op staan. Dat is altijd handig.

Zo kunt u het aantal p's zelf ook uitbreiden met de p van personeel of de p van zelf pakken of....., succes ermee!

Tip van Flip:

Laat uw klant een kersenpit spugen voor korting.

Vier schaaltes op een blaadje met een bordje erbij van 10%, 20%, 30% of zelfs 50% korting op de aankoop. U raadt het al, vooral bij bedrijven met veel traffic voor de deur een hilarische bezigheid. Gewoon even organiseren en succes verzekerd.



WEEKBERICHT Week 29 2016

Postuma AGF
Spoorstraat 47
8271 RG IJsselmuiden

T +31 (0)38 337 00 99

F +31 (0)38 332 26 10

E agfinfo@postuma.nl



www.postuma.nl

AGENDA

27 - 28 september
2016

AGF Detail
Vakbeurs voor
specialisten

De winnaar is....



Appeltje voor de Dorst, te Wouw
Van harte gefeliciteerd
met een ton!!! GRATIS Frieslanders!



Tip van Daan Droste:
Nieuwe oogst Frieslanders
lekker om te poffen!
I.v.m. brand in zijn zaak, doe
het niet binnen!

Van een product een concept maken!

Afgelopen week las ik het rapport van de Rabobank in cijfers en trends. Een aanrader voor iedere ondernemer! In deze column wil ik een aantal onderwerpen naar voren laten komen.

Centraal voor de AGF groothandel en de winkels in Nederland kan ik een duidelijke conclusie trekken. De ontwikkelingen gericht op: vernieuwing, gezondheid, verrassing, emotie en beleving hebben de toekomst. Dit op het gebied van het product, maar ook ten aanzien van verpakking en dienstverlening. De doelgroep waar de meeste kansen voor u als specialist liggen wordt aangegeven als de "Hybride consument". Deze consumenten vragen aan de ene kant om 'premium' producten en zoeken tegelijkertijd, voor de meer alledaagse boodschappen, naar de laagste prijs. Maar hoe verleiden we deze consument dan? De speciaalzaak moet uitblinken met onderscheidende producten, een authentiek verhaal en behulpzaam personeel op de winkelvloer. We kunnen deze consument verleiden door optimaal in te spelen op de menselijke zintuigen. Het moment van aankoop valt dan ook steeds meer samen met het moment van consumptie. Kleine verpakkingen, ready to eat verpakkingen. Vervolgens worden ervaringen gedeeld via social media. Een trend die gezien wordt bij de consument is de herontdekking van ambacht. De grootste bedreiging bij de specialist, welke men voorziet, is de daling van ambachtelijk kennisniveau en vakmanschap.

Daarnaast zijn de ogen op ons als groothandel gericht, om samen met u de meerwaarde in uw product te creëren. Oftewel van een product een concept maken! Dit is een zeer essentiële factor waar wij onze oren en ogen altijd voor open hebben. Zo hebben we inmiddels Vol Smaak, Groente op Maat, Fruit op Maat. Zo zijn er nog wel een aantal voorbeelden te noemen. Allemaal vrijblijvende concepten waarbij u zelf bepaalt, of u met zo'n hulpmiddel de meerwaarde in uw product kunt verkopen. De trend die gezien wordt is, dat men steeds bewuster wordt van de noodzaak tot het terugdringen van afval. Groente en Fruit op Maat zijn hierin oplossingen!

Een grote kans voor ons allemaal ligt er in de online verkoop. Men verwacht de komende jaren een explosieve stijging, als het gaat om online eten bestellen. Nu kunnen we gelijk denken dat niet iedereen hier juist op in kan spelen, maar dit wordt juist gezien als een enorm grote kans voor specialisten. Als consumenten fysiek gaan winkelen is het aannemelijk om te veronderstellen dat ze op zoek zijn naar toegevoegde waarde in de vorm van advies, ambacht, vers en beleving. En waar kan men dat nou beter vinden dan bij u?

Voor de ondernemers die wel een online bestelsysteem willen opzetten, is de optimalisatie en het gemak van het bestelsysteem essentieel. De nieuwe technologie die we toepassen zal in de toekomst als een katalysator werken. Een goede samenwerking tussen ons als groothandel en alle specialisten zal dan ook een must zijn om de consument te blijven verleiden.

Kortom, we moeten bewust blijven van de diverse kansen en bedreigingen. Geef personeel de kans tot opleiding en het opdoen van vakmanschap. Indien we niet over bepaalde competenties beschikken, moeten we zorgen dat we samenwerkingspartners hebben die dit kunnen verbeteren.

Indien u interesse heeft om het volledige artikel te lezen:

<https://www.rabobankcijfersentrends.nl/index.cfm?action=branche&branche=Versspeciaalzaken>

Overdenkertje

Een cliché, maar uit het bijbehorende rapport komt dit meer dan ooit naar voren: Stilstand is achteruitgang.

Omzetindex

Na een best frisse week, zal de temperatuur volgende week toch gaan stijgen naar boven de 20 graden. Echter met de regen is het nog niet helemaal gedaan. Ook deze week weer kans op regen, maar ook geregeld droge periodes. Naast Midden-Nederland begint deze week ook de zomervakantie in Noord-Nederland, wij zetten daarom in op 100 tot 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	15 juli 2016			Datum	15 juli 2016		
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS	ARTIKEL	TOEVOEGING	STUK/KILO	PRIJS
Bloemkool		Per stuk	1,99	Bloemkool		Per stuk	1,89
Witlof		4 stuks	1,29	Witlof		3 stuks	0,79
Broccoli		500 gram	2,19	Broccoli		500 gram	1,39
Komkommer		Per stuk	0,65	Komkommer		Per stuk	0,65
Courgette		Per stuk	0,61	Courgette		Per stuk	0,60
Champignons		250 gram	0,89	Champignons		250 gram	0,79
Sperziebonen		500 gram	1,99	Sperziebonen		500 gram	1,89
Sla		Per krop	0,89	Sla		Per krop	0,85
Ijsbergsla		Per krop	0,69	Ijsbergsla		Per krop	0,59
Bospeen		Per bos	1,39	Bospeen		Per bos	1,37
Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,79	Handsinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,49
Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,79	Perssinaasappelen	Verpakt per net	2 kilo	2,49
Elstar		1,5 kilo	2,49	Elstar	Niet leverbaar	1 kilo	-
Kiwi groen AH		Kilo	2,99	Kiwi groen (Zespri)		Kilo	3,30
Chiquita bananen		Kilo	1,89	Dole bananen		Kilo	0,99
Mandarijnen		Kilo	2,79	Mandarijnen		Kilo	2,76
Conference		Kilo	1,29	Conference		Kilo	1,39
Druiven wit	Pitloos	500 gram	2,29	Druiven wit	Pitloos verpakt HELE SEIZOEN	500 gram	1,99
Druiven rood	Pitloos	500 gram	2,89	Druiven rood	Pitloos verpakt HELE SEIZOEN	500 gram	2,69
Aardbeien	Hollandse	250 gram	1,99	Aardbeien	Hollandse	250 gram	1,89
		500 gram	2,99			500 gram	2,89
Galia Meloen		Stuk	1,79	Galia Meloen		Stuk	1,99

Uitkomst langlopend Brits onderzoek

Nu ook bewezen: groenten en fruit maken je gelukkig!



Onderzoek van de Universiteit van Warwick en consorten wijst uit dat een grotere inname van groenten en fruit een wezenlijke bijdrage kan leveren aan het geluksgevoel van mensen. Elke portie extra groenten of fruit, tot acht porties per dag, leidde tot een toegenomen geluksgevoel. Dit effect zou binnen een periode van 24 maanden worden bereikt.

Daarmee gaat deze langlopende studie, die in 2007 van start ging, voorbij aan traditionele bevindingen dat het eten van groenten en fruit louter lichamelijke voordelen biedt, zoals een verminderde kans op hart- en vaatziekten en kanker. Volgens de studie is de consumptie van AGF ook van invloed op je psychische gesteldheid.

Respondenten die voorheen bijna geen groenten en fruit nuttigden en dit in hun veranderd dieet wel deden, ervoeren een geluksgevoel dat vergelijkbaar is met het vinden van een nieuwe baan na een lange periode van werkloosheid. Andere indicatoren die ook van invloed konden zijn op het toegenomen geluksgevoel werden gefilterd uit het onderzoek.

De onderzoekers zien beleidsmatige toepassingen voor hun bevindingen. De gezondheidssector zou aan de hand van deze resultaten mensen kunnen overtuigen om meer groenten en fruit te consumeren als alternatief voor ongezonde voeding.

Bron: University of Warwick

Dierentuin gaat bananencliché uit de weg

Taart boordevol groenten voor bewoners jarige Apenheul



De Apenheul, die vandaag 45 jaar bestaat, was bij de opening uniek in zijn soort. "Toen waren veel dierentuinen betonnen gangen met kooien met dieren aan weerszijden," zegt directeur Coen de Rooter. Wij waren het eerste dierenpark met veel groen en open ruimtes."

De apen van de Apenheul krijgen vandaag een speciale 'apentaart'. In de taart zitten bladgroentes zoals andijvie en paksoi en wild fruit zoals vijgen. Verder zitten er wormen in de taart.

Moddervet

Bij een traktatie voor apen denken veel mensen vrijwel direct aan bananen, maar dat is onterecht, vertelt verzorger Susan Stekenbrink. "Bananen worden vaak gezien als het natuurlijke voedsel van apen, maar dat beeld klopt niet. Apen eten in hun natuurlijke omgeving vooral bladgroenten en wild fruit. Zoete bananen horen daar helemaal niet bij."

Bovendien zijn bananen helemaal niet zo goed voor apen. "Ze worden moddervet door de hoeveelheid zetmeel en suiker", zegt Stekenbrink. "Je kunt een banaan etende aap het beste vergelijken met iemand die elke dag een zak chips of snoep zou eten. Dat is ook niet gezond."

Bron: NOS



SMAAKGEHEIMEN ZOMERDAGEN!

Van 15 t/m 22 juli ontvangt u bij aankoop van iedere doos SMAAKgeheimen één GRATIS kookboek cadeau!



KEUZE UIT HET GEHELE ASSORTIMENT



GRATIS KOOKBOEK BIJ IEDERE
DOOS SMAAKGEHEIMEN!