

Gouden Partner 2017

Categorie: Kaas

Criterium: Meedenken op niveau assortimentsgroep

Winnaar: Zijerveld



Het team van Zijerveld

FOTO: SONJA VAN DEN BRINK

‘Samen groeien dankzij onze totaalvisie en onafhankelijk advies’

BODEGRAVEN - Bij Zijerveld in Bodegraven weten ze alles van kaas. En dat niet alleen, want ze zorgen ervoor dat hun retailpartners ook goed presteren met kaas in de winkel. Het verklaart waarom deze kaasleverancier de Gouden Partner is op het gebied van Meedenken.



Het is voor market unit manager Retail Benelux & Online Jan van Popering het belangrijkste criterium in de Gouden Partner-verkiezing. “Samenwerking binnen de keten, van koe tot consument, daar draait het om”, zegt hij. Daarom is het bedrijf ook enorm vereerd met de prijs. Wat doet Zijerveld dan anders dan anderen? “Wij hebben een totaalvisie op de categorie verse kaas die vanuit ons onafhankelijke advies tot resultaat leidt. Klanten groeien met Zijerveld op deze categorie. De keuzes die we hierin maken samen met onze handelspartners zijn opgesteld vanuit consumentenwensen gedragingen.”

Veel wensen

Het draait om wat consumenten willen. “Daarom kun je ook niet even één advies geven voor een beter rendement. Er zijn zoveel consumenten, dus ook vele wensen en lokale gedragingen. Daar moet je op inspelen”, zegt Van Popering. Dankzij de

fijnmazige logistieke invulling waarbij elke winkel zijn producten kan samenstellen uit Zijervelds assortiment van 2300 soorten, sluit elke winkel hierbij naadloos aan. “Daarbij nemen we ook onze verantwoording in de keten; we zetten in op het reduceren van derving en verspilling door kleinere verpakkingsconcepten en de mogelijkheid kleinere eenheden te bestellen.”

Zichtbare groei

Zijerveld is erg blij dat het nadrukkelijk groeien van de kaas-verscijfers nu ook zichtbaar is vanuit de landelijke onderzoeksbureaus. “Het meten van vers blijft in veel gevallen lastig. De effecten van Zijerveld in de markt komen nu echter ook tot uiting in de rapportages van deze bureaus. Dat is voor ons wel een hoogtepunt”, zegt Van Popering. Verder is hij trots op het feit dat Zijerveld de inzichten in online business met de handelspartners deelt. “Zo kunnen we effectieve online activatie voorstellen en bouwen we hier ook samen aan groei.” Onnodig diepe afprijzingen binnen kaas zijn volgens Van Popering absoluut niet noodzakelijk. “Met proeverijen, second placement en verkoopdemonstraties lukt dat ook. In de mix moet de investering gezond blijven”, besluit hij.

Petra Driehuis

Unit manager vers Hoogvliet

“Zijerveld is een terechte winnaar van de Gouden Partner. De leverancier pakt zijn rol als adviseur serieus op en probeert de klant zoveel mogelijk te ontzorgen. Zo heeft Zijerveld onlangs met ons meegedacht voor de inrichting van ons nieuwste filiaal Hoogvliet Cadenza. De leverancier heeft onze wensen en ideeën vertaald in concrete presentatiematerialen zoals Cheesius. Ook hebben ze gezorgd voor sfeer op de afdeling door tailor-made displaymaterialen te ontwikkelen. Daar heb je als retailer vaak zelf geen tijd voor. Ik werk inmiddels tien jaar samen met Zijerveld vanuit verschillende functies. In al die jaren zijn ze erin geslaagd om continuïteit in de samenwerking te bieden. Bovendien weten ze altijd wat er speelt in de markt en bij de klant.”

“Zijerveld pakt haar rol als adviseur serieus op”