



Informeren en inspireren stimuleert exotenverkoop

Het exotische groenten- en fruitassortiment is heel breed. Nu de avocado en mango steeds bekender worden, is het tijd om consumenten ook kennis te laten maken met andere producten.

Yex ziet het als een uitdaging om met producten van over de hele wereld consumenten te kunnen verrassen. Het importbedrijf wil exoten gewoon maken. Hoe? "Door onze passie voor exoten te delen en iedereen kennis te laten met onbekende en verrassende smaken", aldus directeur Martijn de Graaf. "Wij vinden het dan ook heel belangrijk om consumenten voortdurend te informeren en inspireren over exoten. De consumptie neemt wel toe maar op gebied van productkennis zit er nog veel onwetendheid. Avocado en mango zijn inmiddels aardig ingeburgerd maar daarna houdt het snel op. Door te denken als consument en consumenten direct kennis te laten maken met onze producten hopen wij steeds meer exoten bij de consument thuis te kunnen brengen."

PRODUCT VERKOOPT ZICHZELF NIET

Het informeren en inspireren omvat een aantal onderdelen. Zo wordt er veel onderzoek gedaan met consumentenpanels evenals in de pilotwinkel in de Markthal. In de Markthal wordt een assortiment exoten aangeboden. Consumenten kunnen hier de producten direct, zien, voelen en proeven. "De mangistan bijvoorbeeld kom je bijna nergens tegen maar gaat in de markthal heel goed", merkt Martijn op. "Dit is niet alleen de danken aan de lekkere smaak van de exoot maar ook aan de manier van presenteren. Ons team staat erbij om het verhaal achter het product te vertellen. Mangistan staat bekend als de koningin van de vruchten. Dit in combinatie met proeven verkoopt." Brand Manager Jeroen Groenewegen voegt eraan toe dat informatie over het gebruik van het product zeker zo

belangrijk is. "Wanneer een mangistan zo in de winkel ligt, is de interesse er wellicht wel maar vervolgens laten ze hem liggen omdat ze niet weten wat ze ermee kunnen doen. We bekijken nu ook met retailers de mogelijkheden om consumenten op de plaats van verkoop te triggeren wel tot aankoop over te gaan. Er worden in de Nederlandse supermarkten wel exoten aangeboden maar door middel van ondersteuning op de plaats van verkoop zit er nog veel meer potentie in. Retailers hebben dus ook baat bij onze aanpak om zo de producten in het winkelmandje te krijgen."

Het consumentenpanel is vorig jaar van start gegaan. Zo'n vier keer per jaar komt de groep van 'gewone' consumenten bijeen op het kantoor in Poeldijk en worden producten getest op smaak, verpakking, bijgeleverde informatie enzovoorts. Daarbuiten worden ook regelmatig vragenlijsten uitgezet. "De expertise gebruiken we om onze klanten te adviseren", aldus Jeroen. "Het is echt hele bruikbare informatie. Wij als experts kunnen wel heel enthousiast over een product zijn maar consumenten zien dat misschien anders." Informeren en inspireren doet Yex ook met foldermateriaal op de plaats van verkoop. Er wordt in drie stappen uitgelegd hoe de exoot bereid kan worden en ook staan er recepten vermeld. Voor meer informatie, recepten, gebruiksaanwijzingen wordt doorverwezen naar de website van het merk Discovered. Sinds kort is Discovered ook bereikbaar via Whatsapp. Consumenten kunnen tijdens kantooruren eenvoudig vragen stellen over de producten of tips en recepten delen.

VERHAAL ACHTER HET PRODUCT

Daarnaast is de exotenimporteur momenteel hard bezig om het verhaal van de boeren te vertellen. "Zonder de boeren zijn we nergens. Wij zijn afhankelijk van de bron", verklaart Martijn. "Na een uren lange rit over onverharde wegen bij een farm aankomen ergens in de bushbush en daar zien hoe groot de bezieling en passie voor het product is. Dat moet de consument toch ook weten?!" Op de website worden de verhalen van de boeren op een luchtige manier gebracht door de ogen van kaketoetoe Yexi. De kaketoetoe, ook verwerkt in het logo van Yex, symboliseert de ontdekkingsdrang van de exotenimporteur. Eerder dit jaar werden al de echte Rosékaketoetoe's geadopteerd in Diergaarde Blijdorp. Jeroen: "Het virtuele zusje Yexi is er nu eveneens in knuffelvorm. Deze knuffels worden wereldwijd verspreid om zo het merk verder uit te rollen. Volgend jaar wordt de Discovered-lijn overigens compleet herzien en krijgt het een nieuwe en frisse uitstraling wat nog beter past bij wat wij voor ogen hebben voor de toekomst van het merk."

Om de boodschap achter Discovered te benadrukken, is Yex deze zomer een samenwerking gestart met Dafne en Sanne Schippers. Daarmee is het merk Official Food Partner van Dafnelikes.com, het foodplatform van topatlete Dafne en haar zus Sanne Schippers. "Het familiere maar ook het enthousiasme waarmee zij hun volgers inspireren om met nieuwe en gezonde maar vooral lekkere producten te koken, past helemaal in ons plaatje", aldus Jeroen. "Dafne reist voor trainingen en wedstrijden de hele wereld over en komt dan in aanraking met allerlei bijzondere producten. Het leuke is dat Discovered ook exotische groenten- en fruitsoorten heeft, die zij niet nog kennen, wat het nog uitdagender maakt om hiermee iets verrassends te maken voor

hun blog." De samenwerking is dan wel zakelijk, maar Martijn is ervan overtuigd dat de passie waarmee Dafne en Sanne met de Discovered producten aan de slag gaan gemeend is. "Dat Dafne wereldwijd bekend is vanwege haar deelname aan de Olympische Spelen is natuurlijk een mooie bijkomstigheid en heeft ook al geleid tot meer volgers op onze social media-kanalen."

CONSUMENT ÉN RETAILER HELPEN

Dit jaar heeft Yex belangrijke slagen kunnen

maken op gebied van zichtbaarheid op de winkelvloer. Volgend jaar hoopt de importeur deze lijn voort te kunnen zetten. "Ook willen we de eventuele laatste drempels bij de consument wegnemen. Er wordt zoveel voedsel weggegooid. Daar moeten we echt mee stoppen. Men moet bijvoorbeeld ook weten dat het prima mogelijk is om eenvoudige en snelle gerechten te maken met exoten." Kijkend naar andere markten, zoals Scandinavië waar de exotenrange veel breder is, vallen er volgens Martijn en Jeroen

nog flinke slagen te maken. "Dit vraagt wel de nodige aandacht. Producten kaal in de winkel leggen, werkt niet. Consumenten maar ook retailers moeten blijvend geïnformeerd en geïnspireerd worden. Alleen dan krijgen we de exoten in het winkelmandje." (CH) ■

j.groenewegen@yex.nl

wenst u prettige feestdagen en een gelukkig nieuwjaar!

專營:
• 荷蘭各類時菜
• 中國各類時菜

Karekietstraat 26, 1431 WP Aalsmeer
Mobiel: 06 21 84 59 33 (Bert) • 06 53 46 06 29 (Jan) • 06 53 74 56 83 (Jimmy)
Fax: 0297 364 251
E-mail: veenasia@hotmail.com

**Groothandel in
exotische
groenten, fruit en
levensmiddelen**

Dinkel 75, 2491 CL Den Haag • T: 070 - 3178664 • E: info@amarimport.nl • www.amarimport.nl