

**PRAKTISCHE
MARKETING
EN
IMAGO-OPBOUW
VOOR DE MODERNE
BAKKERIJ**

**Mijn broodje is gebakken...
nu het nog verkopen!**

COMMUNICATIE MET DE KLANT

MAAK JE MET :

De plaats : gevel + winkel + affichering + etalage + stoep + huisstijl

Het personeel

De producten: correcte prijs/kwaliteit verhouding

De promotie : personeel+stoepbord+bedrijfswagen+acties
sponsoring+televisie in winkel+website+mailings
facebook, twitter,....

1.Communicatie jungle

OVERAL CONCURRENTIE

- Ketens: Panos, Maison du Pain, Le pain Quotidien...
- Supermarkten: Carrefour, Colruyt, Delhaize..
- Benzinestations
- Nachtwinkels
- Discounters : Lidl, Aldi
- Allochtone winkels
- Broodmachines (DIY)



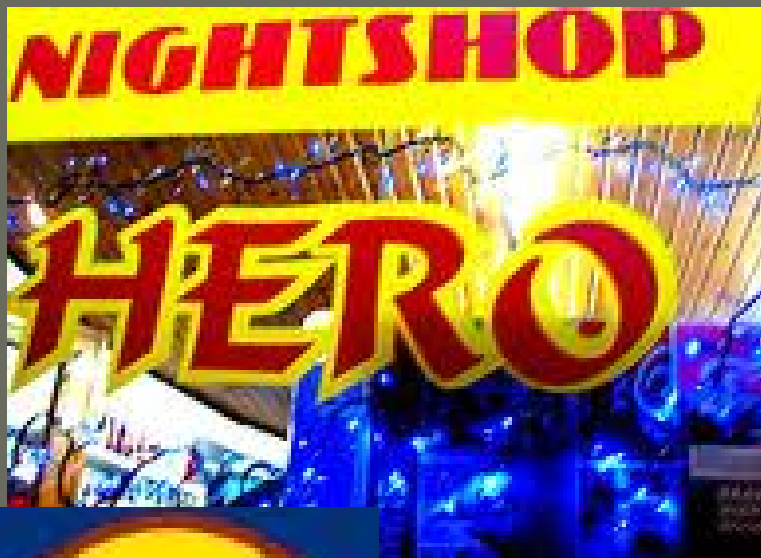
Piccadilly Circus, London.

Photo: Franz Lazi, G.D.L.



LA MAISON DU PAIN
LA FAMILLE MONASTIQUE DE RETHIEEM, DE L'ASSOMPTION DE LA VIERGE ET DE SAINT BRUNO





Wit vezelbrood

- Met een gelijkwaardig gehalte aan voedingsvezels als volkorenbrood
- Inhoud: 800 g per brood

2 broden!
-22%
 2 x 800 g
 2,58 **2,-**



Kempisch brood

- Licht meerprijs-brood met o.a. zonnebloempitten, rogge en maïs
- 800 g • 2,00 normaal

-31%!
 1,45 **0,99**
 800 g

2. VERZORG HET UITERLIJK VAN JE ZAAK.

- Je zaak moet opvallen in het straatbeeld.
- **Stoepborden** of dwars hangende uithangborden op ooghoogte zorgen voor een stopwaarde.
- Zeer regelmatig andere aanbiedingen vermelden op het bord.
- Regelmatig veranderende **etalage** met steeds weer andere kleuren = **stopkracht!**
- Geen storende communicatie aan de winkelruiten!
GEEN AFFICHES !!!!
- **POSITIONERING:** De juiste sfeer uitdrukken.
Traditie, modern, verfijning, luxe, ambachtelijk.....

uw brood - & banketbakker



Opvallen in
het
straatbeeld





Stoepbord=stopwaarde

BOUW EEN VISUELE IDENTITEIT OP !

- Naam
- Logo
- Basiskleuren
- Typografie

**En vooral een consequente toepassing
ervan.**





Ook het
personeel
vormt één geheel
met de winkel!







Alles en iedereen
werkt samen ...

om ons steeds te profileren in onze
huisstijl!



devos



brood-en banketbakkerij



3. VERZORG DE BINNENINRICHTING VAN JE ZAAK.

- De huisstijl, die reeds zichtbaar was aan de gevel, komt duidelijk terug in de winkel.
- **Netheid** tot in de puntjes is gewoon vanzelfsprekend.
- De kleuren en het interieur vormen een **eenheid**.
- De kleuren kunnen, afhankelijk van het thema, de klanten onderdompelen in een bepaalde **sfeer**.
- **Volle rekken** zetten meer aan tot kopen: Een gevoel van overvloed geeft “**goesting**” :
Communiqueer de **toegevoegde waarde** van de bakker die zijn brood zelf maakt!
Communiqueer de toegevoegde waarde van **authenticiteit** en **traditie**!

3. VERZORG DE BINNENINRICHTING VAN JE ZAAK.

- Alle producten moeten **geprijsd** zijn.
- **Afwisseling** in het assortiment is noodzakelijk.
- Geef de producten regelmatig een **andere plaats**.
- **Geur !!!**
- Alle personeelsleden dragen hetzelfde **uniform** – in de huisstijl natuurlijk – en met vermelding van de naam van de zaak.
- **Inspireer** de klant:
Een bord in de winkel met dessert- of barbecuetips.....
Een televisiescherm waar de creatie van de nieuwste taart getoond wordt of een leuk kinderfeestje waar de cupcakes zelf versierd worden...



Huisstijl ook
terug te vinden in
de winkel.





Huisstijl
in combinatie
met het thema





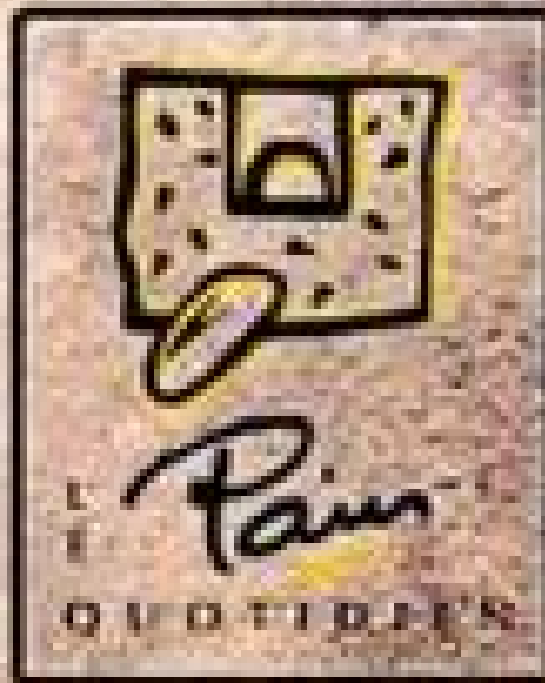
Volle rekken doen
kopen !





Overvloed geeft
“goesting”!





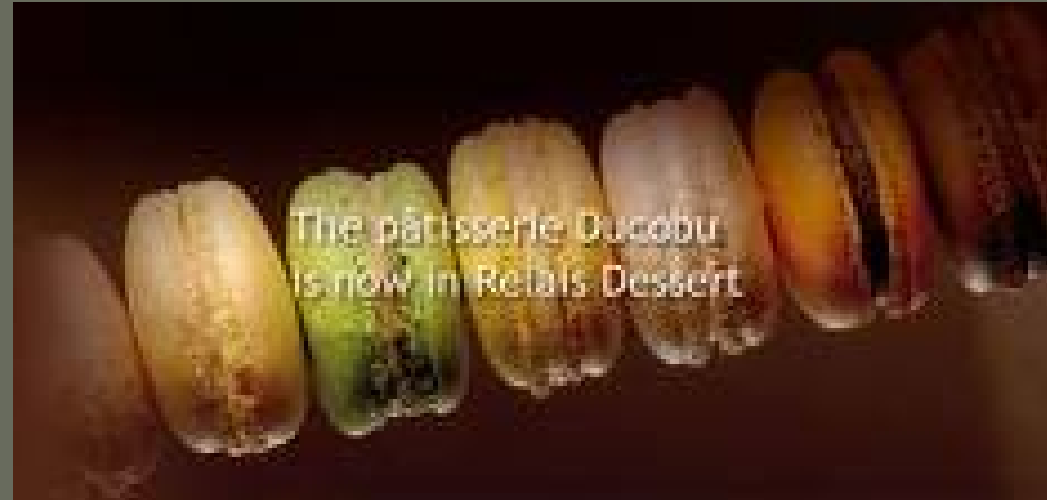
Welke soort zaak
verwachten we bij
dit logo??





© Thomas Schlijper | www.schlijper.nl





The pâtisserie Ducobu
is now in Relais Dessert

modern





Communiqueer de
meerwaarde van de
warme bakker!



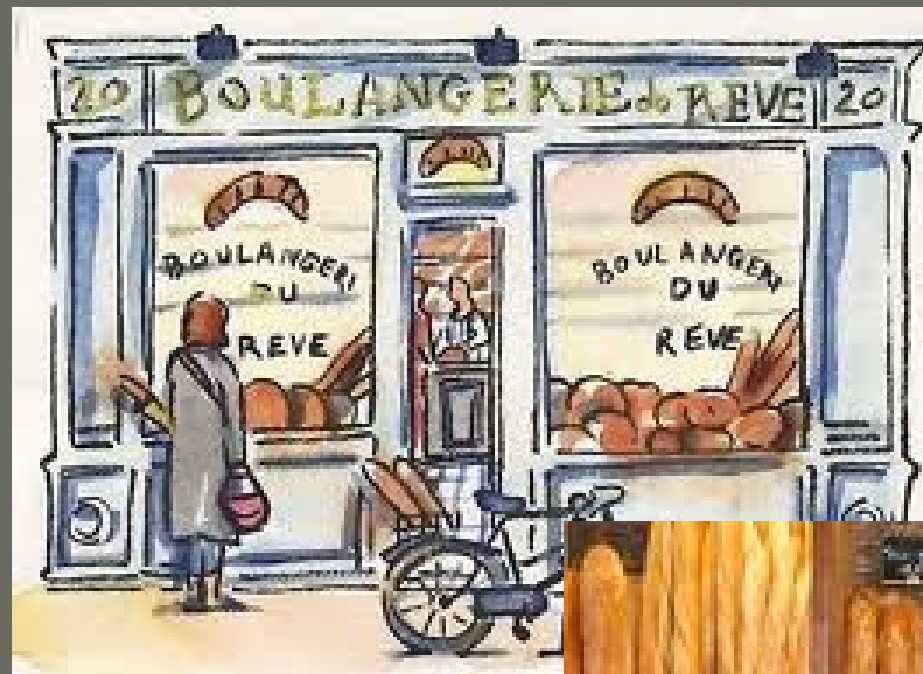


ARTISANALE BAKKERIJ VERHELST

...

TRADITIE





- Authentiek
- Artisanaal





Huisstijl !!!



LUXE





Verfijning





huisstijl !!!

BAKKEN
MET PASSIE



Huisstijl !!!



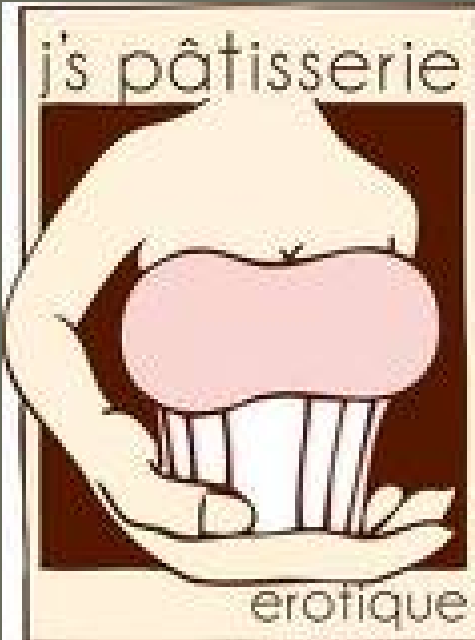


huisstijl !

Wat is hier fout?

Zien = snappen





Bäckerei
Frühmorgen
einfach besser

25 jaar

brood op de plank



itzzy bitzy



Patisserie



Heidi's
Swiss Patisserie



4.WERK MET THEMA'S

ZIJ BRENGEN LEVEN IN JE COMMUNICATIE !

- Verander maandelijks van etalage.
- Maak steeds een etalage rond een thema en pas de hele winkel en in de mate van het mogelijke ook je producten aan dit thema aan:

Kerst, Valentijn, Pasen, Moederdag....

Maar ook filmfestival, circus, Gentsche Fieste, voetbal....

En ook Spaanse of Italiaanse week, Devos goes British...



Carnaval in Venetië

Warme herfstseer







Oogstmaand=broodetalage

Le pain, le vin et du boursin





voetbal



Floraliën





Vaderdag

KERST



5.COMMUNICATIEMIDDELEN

- Stel de verschillende communicatiemiddelen op elkaar af:
reclame, promoties, sponsoring, internet
- Maak absoluut gebruik van de moderne communicatiemiddelen:
website
mailings
facebook, twitter....

6.MODERNE COMMUNICATIETECHNIEKEN

- Een goede website is tegenwoordig een extra verkooppunt.
- Wat is een **goede website**?

1.Niet alle producten willen tonen of vermelden.

2.Een goed gestructureerde indeling, zodat de klant iets vlug kan terugvinden.

Alles wat te lang duurt gaat gauw vervelen en dan klikt men weg!

3. Professionele beelden: Die beelden hoeven niet altijd het volledige product te tonen. Het is de bedoeling om sfeer te scheppen.
4. De sfeer van de huisstijl natuurlijk!
De klant moet nog maar eens “goesting” krijgen.
5. Bewegende beelden trekken altijd de aandacht. Niet te vlug en ook weer niet te langzaam – terug om verveling tegen te gaan.
6. Foto's en aankondigingen moeten regelmatig geactualiseerd worden.



devos_001.jpg



devos_004.jpg



devos_005.jpg



devos_009.jpg



devos_010.jpg



devos_013.jpg



devos_015.jpg



devos_016.jpg



devos_017.jpg



devos_018.jpg



devos_019.jpg



devos_020.jpg



devos_022.jpg



devos_023.jpg



devos_024.jpg



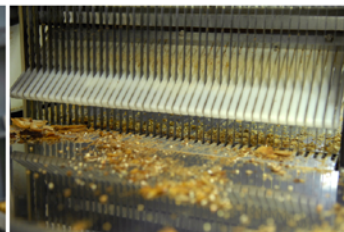
devos_025.jpg



devos_026.jpg



devos_027.jpg



devos_028.jpg



devos_029.jpg



devos_030.jpg



devos_031.jpg



devos_032.jpg



devos_033.jpg



devos_038.jpg



devos_041.jpg



devos_046.jpg



devos_049.jpg



devos_052.jpg



devos_060.jpg



devos_061.jpg



devos_062.jpg



devos_063.jpg



devos_065.jpg



devos_066.jpg



devos_067.jpg



devos_069.jpg



devos_071.jpg



devos_073.jpg



devos_074.jpg

- www.bakkerijdevos.be
- www.derouw.nl
- www.fauchon.com
- www.huizevanwely.nl
- www.patisserie-baele.be
- www.ducobu.be
- www.patisserie-wilmot.be
- www.bakkerijdhaese.be
- www.patisserienicolas.be
- www.debaerepatisserie.be
- www.desoete.be

WEBSITE ACTUEEL

- Er gaat geen dag meer voorbij of wij krijgen aanvragen of bestellingen via mail.

- Dat zijn mensen:

Die op zoek zijn naar een specifiek product en surfend op het net op onze website terechtkomen.

Die gewoon zijn met onze site te werken.

Klanten die al onze mailings ontvangen en ook via mail reageren of bestellen.



- Het internet schept ongeziene mogelijkheden!
- Verzamel bij bestellingen de mailadressen van de klanten.
- Op deze manier heb je al gauw een groot adressenbestand.
- Reclame in advertentiebladen of kranten zijn peperduur. Bovendien zou je al een extra grote of zeer opvallende advertentie moeten plaatsen om op te vallen in de “communicatiejungle”!

WWW

- Folders uitdelen : Wij ontvangen allemaal zo veel folders dat zij meestal vlug verticaal geklasseerd worden.
- Tenzij het zéér klassevolle folders zijn, waar natuurlijk weer zéér veel voor moet betaald worden....en dan als iedereen die mooie folder eens gezien heeft wordt hij ergens uit het oog geplaatst en vergeten!



Deze folder moet een aantal afschrijven aan
uitleen u ook geeft wat niet allemaal staat
wij u een dit folder geven,
Wacht met tot de laatste moment om te bestellen,
ook wij moeten nog afschrijven op weekend
avonden.

Openingsuren

Vrijdag 24/12	8.00 u donderdag tot 17.00 u
Zaterdag 25/12	Gesloten
Zondag 26/12	Gesloten
Maandag 27/12	8.00 tot 13.00 u en 14.00 tot 18.00
Dinsdag 28/12	8.00 tot 13.00 u en 14.00 tot 18.00
Woensdag 29/12	8.00 tot 13.00
Donderdag 30/12	8.00 tot 13.00 u en 14.00 tot 18.00
Vrijdag 31/12	8.00 donderdag tot 17.00
Zaterdag 01/01	Gesloten
Zondag 02/01	Gesloten
Maandag 03/01	Gesloten
Dinsdag 04/01	Gesloten

Feestfolder 2010 - 2011

Kurt & Bieke
Slagerij De Parade
Koolstraat 123
9900 Aalst

Slagerij
Pe
Parade
 Kurt & Bieke

055 771 483
slagerij@paradeaalsluis.be
www.slagerijparadeaalsluis.be

MAILINGS

- Wij hebben natuurlijk niet de middelen van een Coca-Cola of een Kellog's – een beetje afkijken mag toch wel.
- De grote merken zorgen ervoor dat zij voortdurend onder de aandacht gebracht worden.
- Met het internet krijg je een voordelige mogelijkheid om regelmatig van je te laten horen.
- Je maakt een mail over een bepaald te promoten product, een actie...je voegt er een mooie foto aan toe en met één klik verstuur je dit bericht naar al de klanten in je klantenbestand.
- Let op! Eenmaal per week is voldoende. Het mag niet gaan vervelen!

SOCIAL MEDIA: welke voordelen hebben deze online tools de bakker/banketbakker te bieden?

De opkomst van de sociale netwerken op het internet is in de afgelopen jaren enorm toegenomen.

Veel gebruikers “spreken” elkaar al via dergelijke digitale trefpunten.

Enerzijds om te achterhalen hoe het gaat met oude bekenden en wat hun vrienden en kennissen de laatste tijd uitspoken. Anderzijds om zich te laten informeren of om anderen te informeren waar zij zelf mee bezig zijn.

Uiteraard bieden deze Social Media ondernemers ook volop mogelijkheden op het gebied van marketing.

DE VRAAG IS ALLEEN: HOE?

HOE WERKT FACEBOOK?

Dit netwerk, afkomstig uit de V.S., laat zich niet vergelijken met een ondernemerswebsite, maar zet de communicatie tussen alle gebruikers in het middelpunt.

Dat wil zeggen: informatie presenteren en een netwerk (bijvoorbeeld een online klantenkring) creëren die in het aanbod van de Facebook-gebruiker - in dit geval de bakker – geïnteresseerd zijn.

“Brood en Banket Devos-Lovers”

HOE WERKT FACEBOOK?

Een mooi voorbeeld is de Fan Page, die iedere gebruiker naar eigen inzicht kan inrichten om andere gebruikers te interesseren (“fan” te maken) in bepaalde producten of acties.

Deze Fan Page is voor alle volgers zichtbaar.

Dit digitale proces is feitelijk niets anders dan het “ouderwetse” aanbevelen zoals je dagelijks in de winkel doet.

HOE WERKT FACEBOOK?

Bijkomend voordeel van dit alles is dat mensen (uit de buurt) die de bakkerij nog niet kennen, maar die wel geïnteresseerd zijn in een bepaald product, dus kennis gaan maken met de winkel(s) waar ze dergelijke producten kunnen krijgen.

Op dat moment bevindt de consument zich maar een muisklik van je site, terwijl ze op de facebookpagina al een eerste indruk kunnen krijgen.

Mogelijk probleem is dat de inhoud van de fanpagina dynamisch moet gehouden worden.

Dit kost tijd en energie maar geen geld!

HOE WERKT FACEBOOK?

Om snel op Facebook gevonden te worden kan de bakker op zijn eigen website een aansprekende link toevoegen.

Deze dient in ieder geval goed zichtbaar te zijn op de website.

Alternatief is de mogelijkheid van een iegen Facebookadvertentie. Daar hangt wel een prijskaartje aan vast!

AFSLUITENDE TIP

Hou je digitaal fototoestelletje steeds binnen handbereik.

Dit heb je nodig om dynamiek in je digitale wereld te brengen.

En, geef toe, ook weer zo'n super speeltje waardoor de mogelijkheden oneindig worden....