

Het voordeel van verwennen op elke toonbank



Bent u op zoek naar meer variatie voor uw klanten in uw sportkantine, cafetaria, instelling of bedrijf? Dan biedt de Chocolade Bestsellers Box de perfecte presentatieoplossing!

Met de **Chocolade Bestsellers Box** haalt u een alles-in-één bestseller in huis

- Presentatiedisplay en voorraaddoos in één
- Voorgevuld met de Top 4 chocolademerken
- Laag voorraadrisico dankzij geringe doosinhoud
- Extra omzet bovenop reguliere verkopen
- Perfecte service naar uw klanten

Chocolade Bestsellers Box

Bestel de Chocolade Bestsellers Box bij uw grossier. Kijk voor meer informatie op www.mars-online.nl

Chocolade Bestsellers Box

Aantrekkelijke actie via Mars Online

De Chocolade Bestsellers Box[®] doet zijn naam eer aan



VEGHEL – De Chocolade Bestsellers Box van Mars Nederland blijkt zijn naam eer aan te doen. Speciaal ontwikkeld voor de outlets met een wat lagere omzetsnelheid biedt de Bestsellers Box de ondernemer met een beperkte klantenkring de gelegenheid zijn publiek ook de hardlopers op het gebied van chocoladesnacks te presenteren. Het projectteam, bestaande uit Laurent Totenberg, Geertje Roodbeen, Marjolein Timmermans en Carin Witsiers, doet er de komende maanden zelfs een schepje bovenop.

'Sinds de introductie van de Bestsellers Box in 2005 hebben we de omzet zien stijgen. Het is echt een oplossing op maat gebleken', zegt Timmermans. De Bestsellers Box bevat de vier best verkopende producten van Mars Nederland: Snickers, Mars, M&M's en Twix. En laten dat nu ook de best verkopende producten in de categorie chocolade van Nederland zijn. Extra omzet voor de ondernemer, dat niet 'snoept' van andere productcategorieën. Vanuit een analyse in samenwerking met een landelijk opererende grossier blijkt ook dat de Bestsellers Box een nieuwe klantengroep aanspreekt. Namelijk 60 procent van de nieuwe BSB-klanten was voor die tijd niet chocolade verhandelend.'

Zien is kopen

De Bestsellers Box doet niet alleen dienst in sportkantines, kantines van kleine scholen en in bedrijven met minder dan vijftig werknemers, maar ook in winkels waar je de verkoop van zoetwaren niet zou verwachten. Timmermans: "Chocolade is een impulsproduct bij uitstek. Het is de meest niet geplande aankoop. Plaast een ondernemer de Bestsellers Box binnen handbereik naast de kassa op de counter, dan geldt 'zien is kopen' bij heel veel consumenten. Dat kan in een ijzerwarenwinkel zijn, een videotheek, een kleine snackbar of shoarmazaak, noem maar op. Maar liefst 64 procent van de

klanten is in zijn aankoopgedrag bij de kassa nog te beïnvloeden. Omgekeerd geldt dat een klant die van plan is chocolade te kopen, bijna nooit iets anders koopt als er geen chocolade verkrijgbaar is."

Een van de redenen voor het grote succes van de Bestsellers Box is dat hij het houdbaarheidsprobleem oplost. "De hoeveelheid van elk van de vier producten is zo afgestemd dat de box binnen de houdbaarheidsdatum leeg is", zegt Roodbeen. "Een andere belangrijke factor is dat de verpakking tegelijkertijd een mooie display vormt. Door het deksel goed te vouwen, ontstaat een in het oog springende presentatie. Op de display is ook ruimte gereserveerd voor het vermelden van de prijs. Onderzoek wijst uit dat geprijsde artikelen tot zes procent meer omzet leiden dan wanneer de prijs niet wordt vermeld."

Mars Online

Om het succes van de Bestsellers Box te bestendigen, voert het projectteam extra actie om ondernemers aan te zetten tot permanen-

te opname van de box in het assortiment. "We willen de ondernemers extra redenen geven om de Bestsellers Box op hun boodschappenlijst voor de grossier te zetten en een vaste plek in hun bedrijf te geven", zegt Witsiers.

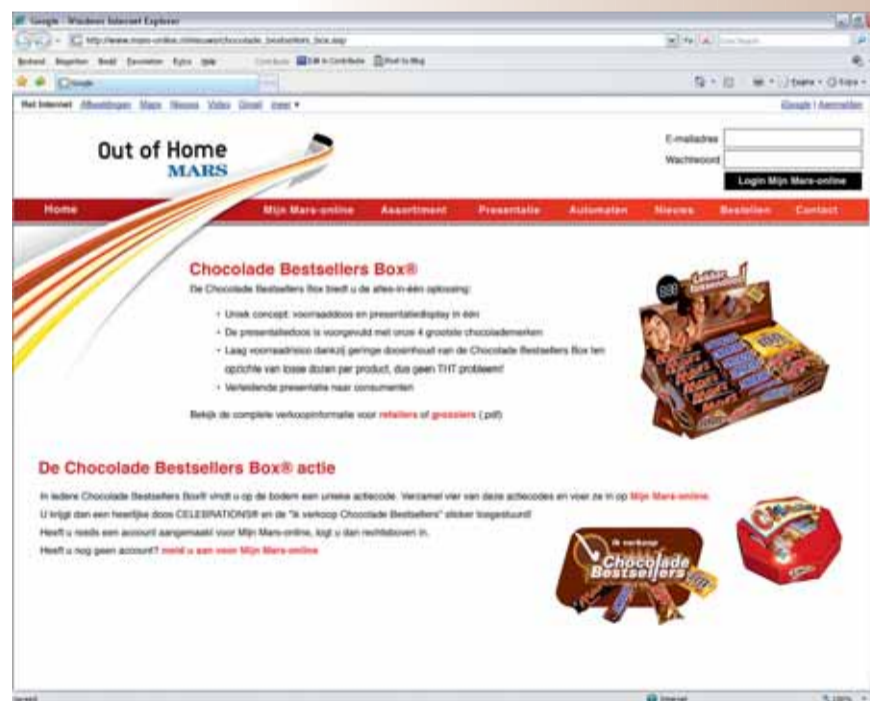
"Op zich gaat het daar al bijzonder goed mee. In het introductiejaar had de box een gemiddelde doorlooptijd van ruim achttien weken, nu ligt dat op acht. Wij denken dat een doorlooptijd van zes weken haalbaar is." Het benaderen van ondernemers verloopt onder meer via de media, maar Mars Nederland neemt ook nadrukkelijk het heft in eigen hand. "Zo leidt een actie gericht op

veel meer te bieden hebben. Zo plaatsen we een aantal artikelen uit Shops out.of.home op de site. Ook melden we eigen nieuws en leuke acties eerst op de site. Bovendien kunnen ondernemers advies op maat krijgen over de optimale samenstelling van het assortiment op hun specifieke locatie. Hiertoe hoeven ze maar twee vragen te beantwoorden. Ten eerste willen we weten in welk type out-of-homekanaal de ondernemer actief is en ten tweede willen we een indicatie van de hoeveelheid potentiële klanten. Op basis van deze gegevens kunnen we ondernemers een advies geven voor de samenstelling van het assortiment en de wijze van presenteren. Het advies kan de aanschaf van een Bestsellers Box zijn tot en met het plaatsingsadvies voor een automaat. Uiteraard zit er ook een optie in om contact op te nemen met een vertegenwoordiger die ter plekke advies kan geven."

Triple win

Het eerste jaar dat de website in de lucht was, trok deze meer dan 50.000 bezoekers. Een duidelijke indicatie dat ondernemers geïnteresseerd zijn in specifieke kennis. Timmermans: "Die kennis willen wij graag delen met ondernemers. We hebben het per slot van rekening over een triple win situatie. Mars, grossiers en ondernemers

zijn alle drie gebaat bij een optimale penetratie van de markt."



herhalingsaankopen de ondernemer naar de speciaal voor het out-of-homekanaal opgezette website www.mars-online.nl.

Ondernemers kunnen op deze site met een wachtwoord inloggen en de code die onderin de Bestsellers Box zit, invoeren. Hebben zij binnen één jaar vier keer een code ingevoerd, dan ontvangen zij gratis een 400 grams doos Celebrations", vertelt Witsiers. "Eenmaal op de site, merkt de ondernemer dat wij nog

KERNGEGEVENS

Bedrijf: Mars Nederland B.V.
Postbus 81
5460 AB Veghel
(0900) 040 0438
www.mars-online.nl
Telefoon: Gratis doos Celebrations bij vier aangeschafte Bestsellers Boxes plus heel veel actie op de site Mars Online
website:
Actie:

