

"Aan de Huishoudbeurs doet het hele bedrijf mee"

"Voor Davelaar Jodenkoeken wil ik op de Huishoudbeurs zoveel mogelijk direct contact met klanten maken. We verkopen, maar werken vooral ook aan onze bekendheid. En dat op een leuke manier. Want je moet wel begrijpen dat de mensen hier een dagje uit zijn. Dus het gaat om de fun."

We praten met Wiljan van der Linden, sinds ruim een jaar Marketing Manager van Amarant Bakkers en onder meer verantwoordelijk voor het merk Davelaar. Wiljan deed in 2010 voor het eerst mee aan de Huishoudbeurs en deed voordien al vele andere beurzen als Marketing Manager van Beek Five.

"In 2010 stonden we met een Davelaar branded Fiat 500 volgestopt met blikken koek. Het publiek kon raden hoeveel blikken er in de auto zaten. Daarnaast hadden we een enorme sjoelbak met blikken koek. Simpel vermaak, maar wel een uitstekende manier om heel veel klanten te trekken. We hebben in 2010 zo'n 250.000 bezoekers gehad en daarvan hebben wij zeker 20% van ons product laten proeven wat erin resulteerde dat bijna 1 op de 10 proevers ons product kocht."

"Je moet plezier te bieden hebben; de consument wil vermaakt worden en daar moet je aan willen bijdragen. Dat begint bij je eigen standbemanning; die moet er lol in hebben en dat uitstralen. Er is bij ons een beursmanager die ervoor zorgt dat alles op rolletjes blijft lopen en dat de stand er netjes en 'fit' blijft uitzien. Het hele team ziet het als een sport om veel te verkopen en met z'n allen een leuke tijd te hebben. Voor onze eigen mensen is het dus ook een uitje. Zelfs mensen uit de bakkerij willen dolgraag een dag op de beurs staan."

En hoe pakt Van der Linden de voorbereiding aan?

"We werken met standaard standbouw en uiteraard bereiden we ook goed voor met het team van de RAI, dat zorgt voor alle extra technische aspecten die nodig zijn. Waar ik zelf veel aan gehad heb, is om met een simpele plattegrond heel goed na te denken over hoe we het beste kunnen omgaan met de meters die we hebben en het publiek dat we trekken."

"Wat mij verbaasde was die voortdurende, niet aflatende stroom van bezoekers. Mensen komen met trolleys, op zoek naar voordeel. Ik vind dat een belangrijk gegeven. Goede beursaanbiedingen zijn dus heel belangrijk. Daarbij zie ik dat veel bezoekers impuls gedreven kopen. Wat me daarnaast opvalt is dat de meeste vrouwen met elkaar op stap zijn. Vriendinnen, zussen, buurvrouwen. Daar moet je op inspelen."

Interview met
Wiljan van der Linden

van Amarant Bakkers



Amarant Bakkersholding B.V. is door een collectieve aansturing van bakkerijen een onderscheidende aanbieder van bakkerijproducten en formuleconcepten waarbij klanten, medewerkers en rendement op de voorgrond staan.

Onder Amarant Bakkersholding B.V. valt onder andere de merknaam Davelaar® en heeft zij de licentie voor Sun-Maid® brood en banketproducten.

info@amarantbakkers.nl
www.amarantbakkers.nl

