

## Persberichten

11. februari 2008

### Lekkerland wint prijs voor Beste Concept Introductie 2007

Eind december werd Lekkerland door een deskundige jury uitgeroepen tot winnaar van 'Beste Concept Introductie 2007'. Deze verkiezing wordt jaarlijks georganiseerd door SHOPS out-of-home Magazine. Lekkerland kreeg deze prijs voor de introductie van het 'Volautomatische Koelversschap'. De prijs is een erkenning voor de innovatieve manier waarop Lekkerland tankstation ondernemers meehelpt om meer omzet en winst te genereren en hen zo succesvoller te maken.

#### Het juryrapport...

"Met het Volautomatisch Koelversschap biedt Lekkerland Nederland een totaaloplossing voor de presentatie van alle koelversproducten. Met het schap dat in vijftig varianten leverbaar is, wordt derving tegengegaan - een groot probleem in de tankshops. Los van de slimme hardware is met name het continu onderhouden van de schappenplannen via een beschermde internet omgeving, alsook de claim op omzetverhoging, een belangrijke afweging tot de keuze van de jury geweest. De fors gestegen bestedingen in het volautomatisch koelversschap, als gevolg van de bijzondere manier van presenteren, toont aan dat het concept een schot in de roos is!"

#### Het concept...

Al enige jaren kan de consument terecht in de pompshop voor een kant en klaar ontbijt of lunch. Toch hebben veel tankstationondernemers het gevoel dat er meer uit het schap te halen is. Daarbij is de derving, die onlosmakelijk verbonden is aan dit assortiment, vaak een doorn in het oog. Lekkerland biedt daarom een totaaloplossing die ondernemers helpt meer rendement uit het koelschap te halen. De drie belangrijkste peilers van het concept zijn: Een optimaal assortiment, een optimale presentatie en een optimale communicatie.

Door middel van een uitgebreide analyse, waarbij de consument centraal staat, maakt Lekkerland diverse planogrammen voor het koelversschap. Hierbij wordt gekeken naar het afnamepatroon, de voorkeuren en het aankoopgedrag van de consument. Sommige producten hebben op verschillende momenten van de dag een verhoogd potentieel en worden juist wel, of niet in combinatie met een broodje of sandwich aangeschaft. Daarnaast speelt de toenemende gezondheidstrend een belangrijke rol. Alle overwegingen leiden uiteindelijk tot een optimale invulling van de koeling.

Naast een optimaal assortiment is ook de wijze van presenteren een belangrijke factor voor succes. Het bepaalt voor een groot gedeelte de mate waarin de consument verleid wordt tot kopen. Binnen het concept kiest Lekkerland daarom voor zelfspiegelend schapmateriaal; de koeling behoudt hierdoor ook met weinig voorraad een volle en aantrekkelijke productpresentatie en vanwege de lagere voorraad wordt de derving tot een minimum beperkt.

Koelvers is een assortiment dat altijd in beweging is. Daarom houdt Lekkerland haar klanten op de hoogte van

alle ontwikkelingen via de speciale koelvers en diepvriespagina's van Lekkerland24. Eventuele gevolgen voor het schap zijn terug te vinden op de schapmanagement pagina's en producten uit schappenplannen zijn direct te importeren in uw lijst met favoriete artikelen. Ook schapkaartjes op maat kunnen door deelnemers van het concept direct op Lekkerland24 worden aangevraagd.

Wilt u meer weten over het 'Volautomatische Koelversschap' neemt u dan contact op met uw Verkoopadviseur of met de afdeling Trade Marketing op 040 - 264 4400.