



Mystery-shoppers keren korte keten binnenste buiten

Lies Kestelyn (Vives)

Katrien Grauwet (Inagro)

Farmer business +



Kansen benutten om je afzet te vergroten in het platteland



Partnerschap: Vives en Inagro



4 werkpakketten

Klanteninzicht in niet stedelijke omgeving

Micro-trajecten bij 10 piloothoeves

Clusteracties bij piloothoeves

Toolbox ontwikkelen en disseminatie

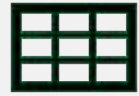


Uniek: Co-creatie (landbouwers, studenten, experts, Vives en Inagro)

Klantinzicht in niet- stedelijke omgeving



Literatuurstudie



Kennismakingsbezoeken a.h.v. business model canvas



Mystery shopping



Diepte-interviews

Mystery shopping: plan van aanpak



Selectie mystery shoppers



Selectie verkooppunten



100 bezoeken



Kwalitatief verslag over klantbeleving
(emotie > feiten)



Mystery shoppers: 4 persona



Marie-Claire

‘Vakmanschap’



Marianne

‘Ontdekken’



Pieter en Linde

‘Gezond’



Seppe

‘Bewust’

Mystery shopping:

selectie verkooppunten



Groenten en fruit, zuivel, vlees



Meer of minder ervaring

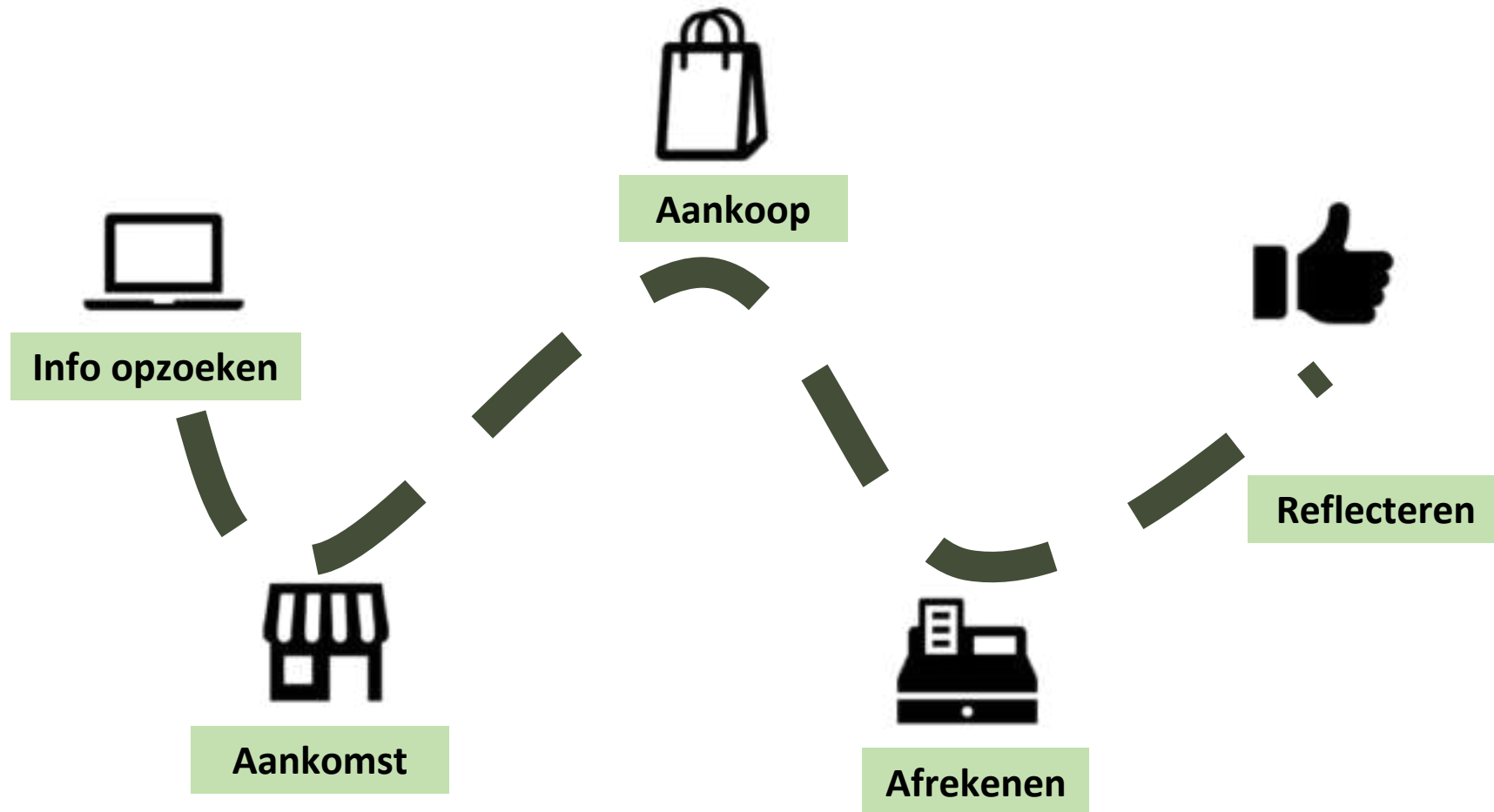


Gemakkelijk of moeilijker bereikbaar (o.b.v. mobiscore)

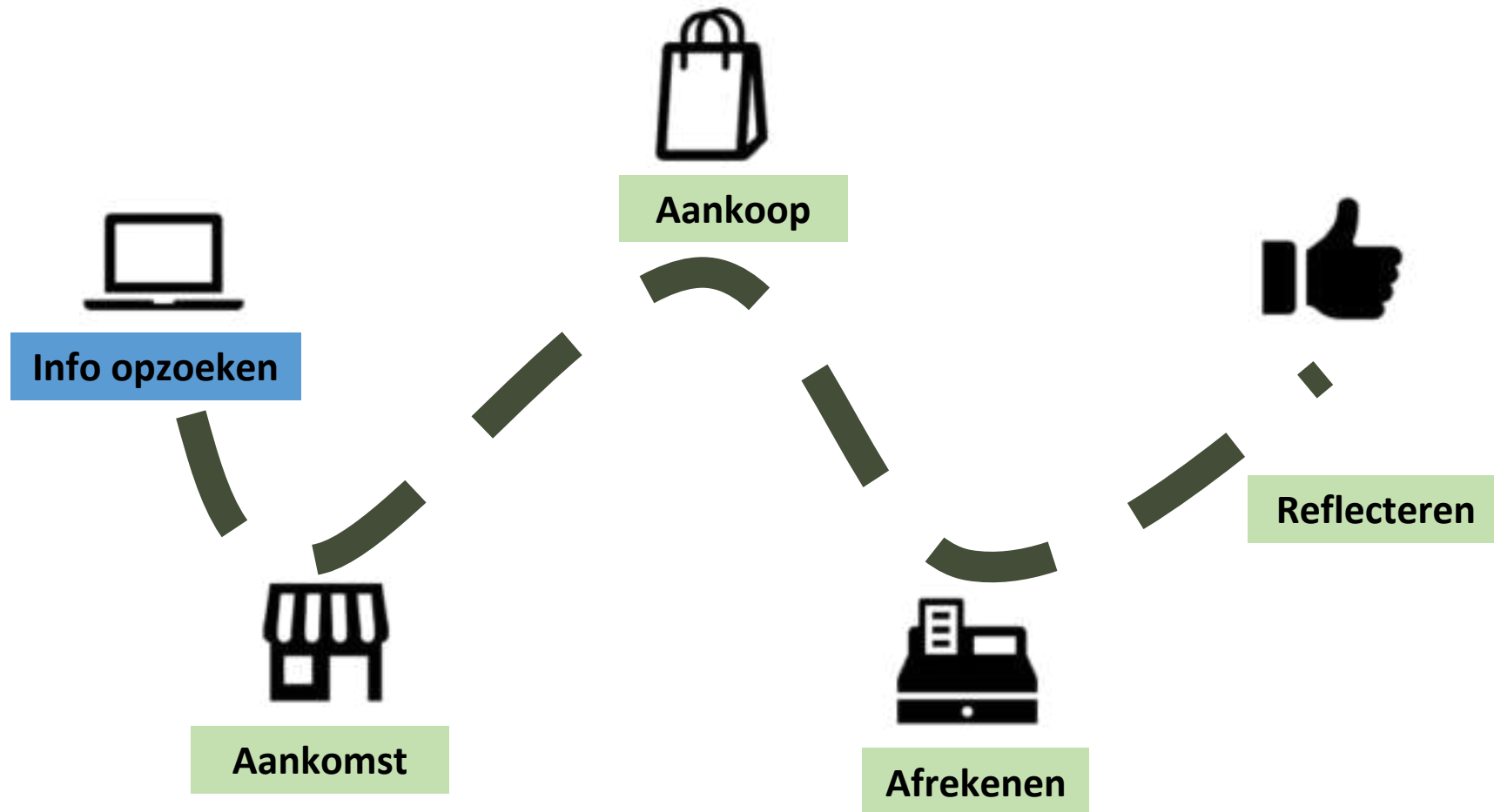


Hoewinkel of automaat

Customer journey



Customer journey



Info
opzoeken

mystery
SHOPPER



Info opzoeken



Online aanwezigheid is belangrijk: website, facebook



Contactpagina: adresgegevens, openingstijden aanwezig en correct



Website mobielvriendelijk



De Facebook-pagina wordt vaak aangevuld, dit zorgde ervoor dat ik het gevoel had dat de info correct en up-to-date was.

Info opzoeken



Beeldvorming rond concept en assortiment



Wij hadden eigenlijk wel niet door dat alles diepgevroren is.



Opgelet voor tegenstrijdige informatie op verschillende kanalen

Openingsuren winkel	
Maandag	Gesloten
Dinsdag	Gesloten
Woensdag	09:00 - 12:00 13:30 - 18:00
Donderdag	Gesloten
Vrijdag	Gesloten
Zaterdag	09:00 - 12:00 13:30 - 17:30
Zondag	Gesloten

Beste klant,
De winkel is
gesloten van
22 juli tot en
met 11
augustus.

INFO OPZOEKEN



Foto's belangrijk



Familiale uitstraling, ruime openingsuren



Attractiviteit en professionele karakter van de website

< 5 jaar ervaring

Minder actief online dan ervaren hoevewinkels

Info opzoeken

INFO OPZOEKEN: AANBEVELINGEN

Eigen website en / of facebookpagina (met regelmatige post)

Aandacht voor juiste info op andere online kanalen

Professionele recente foto's met aandacht voor familiale uitstraling

Voeg adresgegevens en openingsuren toe via 'google mijn bedrijf'



Wolkenhoeve

Website Route Opslaan

4,7 ★★★★★ 3 Google-reviews

Slagen

Adres: Wolkenstraat 25, 2440 Geel

Openingstijden: **Gesloten** - Opent op vr om 09:00 ▶

Telefoon: 014 85 08 11



Europees Landbouwfonds
voor Plattelandontwikkeling
Europee Unie
in 2021 jaarlijks

VLAAMSE
LAND
MAATSCHAPPIJ



INFO OPZOEKEN: PILOOTACTIES

Content planning sociale media

Website:

actualisatie inhoud

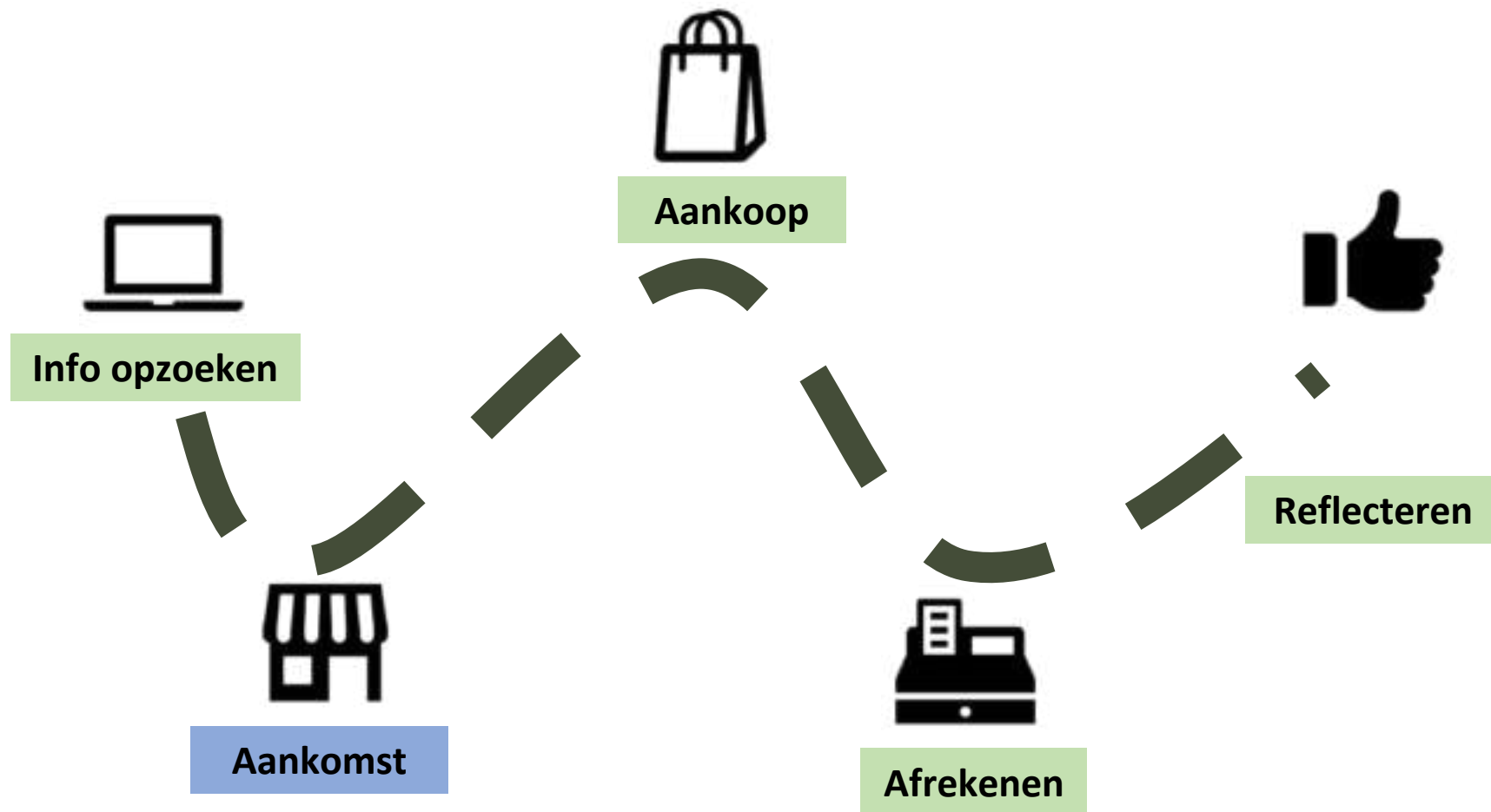
attractiviteit en professionele uitstraling

online bestelmogelijkheid

Content thema's
Over het product
Over het bedrijf
Humor
Ons type product in de media
Uit de regio
Achter de schermen
Hashtag
Personal branding
Demo

	MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO
		Facebook & inhoud					
LinkedIn & inhoud		Instagram & inhoud			Facebook & inhoud		Instagram & inhoud
			Facebook & inhoud	Blog & inhoud			
						Facebook & inhoud	LinkedIn & inhoud
Facebook & inhoud				Facebook & inhoud	LinkedIn & inhoud		
			Instagram & inhoud			Blog & inhoud	Facebook & inhoud

Resultaten mystery shopping



Aankomst
op bedrijf

mystery
SHOPPER



Resultaten mystery shopping: Aankomst op bedrijf



Ik voelde me een beetje ongemakkelijk om midden hun privé terecht te komen



Aanduiding hoeve, parking en ingang winkelpunt (!)
Ook omgeving is belangrijk



Aankomst op bedrijf



Aanduiding aan het verkooppunt: openingsuren (!)



Beter geen bord dan afgebladderd bord

Aankomst op bedrijf



Hij kwam letterlijk afgelopen, wou niet dat we te lang moesten wachten.



Winkel: gezellig en proper



Meer aandacht voor verhaal van de hoeve!
(Grote troef t.o.v. retail)



Hippe en eigentijdse aanblik, straalt ook ambachtelijkheid uit, vertrouwen

Aankomst op bedrijf



Het was voor mij te veel een 'gewone winkel'

Aankomst op bedrijf

PLAATSAANDUIDING



Duidelijke wegbewijzing is belangrijk
GPS gebruik – vaak niet de juiste adresaanduiding

<5 jaar ervaring Duidelijke aanduiding

>5 jaar ervaring Minder duidelijke, verouderde wegbewijzing

EERSTE INDRIJK



Volledige plaatje is belangrijk: omgeving (netheid, gezellig huiselijke, authentiek, ..) en de producten



Productaanbod > omgeving



Belang voor mooie locatie, gebouwen

Aankomst op bedrijf

EERSTE INDRUK

Zuivel	Aandachtspunt: zure geur van verwerking = onaantrekkelijk Alle producten duidelijk en mooi presenteren in de koeltoog Uitgebreid gamma = aantrekkelijk
Vlees	Scoort minder op vlak van properheid – minder frequente verkoop? Productkennis/verhaal wordt hier verwacht : ras, voeder, bereidingswijze ...
G&F	Iemand de tijd geven om rond te kijken en hun keuze te maken

Aankomst op bedrijf

EERSTE INDRUK

<5 jaar ervaring Proper, mooi MAAR soms te clean, men verwacht geen 'gewone' winkel.
Beeld klopt meestal met verwachtingen

>5 jaar ervaring Slordig, rommelige, verouderde gebouwen
Beeld klopt niet met online representatie
Vaak klein en onoverzichtelijk winkeltje

OMGEVING



Kind-vriendelijkheid: enerzijds beleving maar anderzijds ook veiligheid.

Aankomst op bedrijf

CONTACT



Betrokkenheid is belangrijk



Verwachten gedreven, enthousiaste verkopers



Hulp bij selectie producten, productkennis is voor hen belangrijk

AANKOMST OP BEDRIJF: AANBEVELINGEN

Check of GPS juiste locatie van hoeve aanduidt. Geef eventueel extra info mee op website/facebook.

Consumenten komen van 2 kanten van weg (bv borden 2-zijdig bedrukken)

Duid parking aan en verzorg de ingang (rommel geeft verkeerde indruk)

Opgelet met benaming van je winkel (bv hoeveslagerij voor afhaalpunt vlees)

Zorg voor beleving: zicht op de activiteiten van het bedrijf

AANKOMST OP BEDRIJF: PILOOTACTIES

Aanduiding parking en winkel

Promotieborden

Verhuur van tijdelijk leegstaande automaten

Inrichting winkel

Interesse?

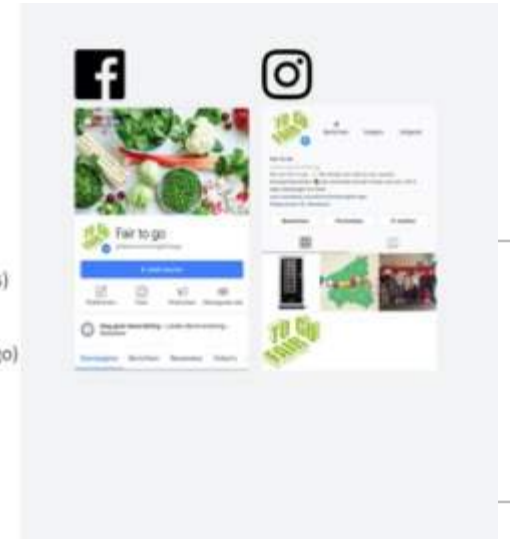
Onze contactgegevens

E-mail: fairtogo@outlook.com

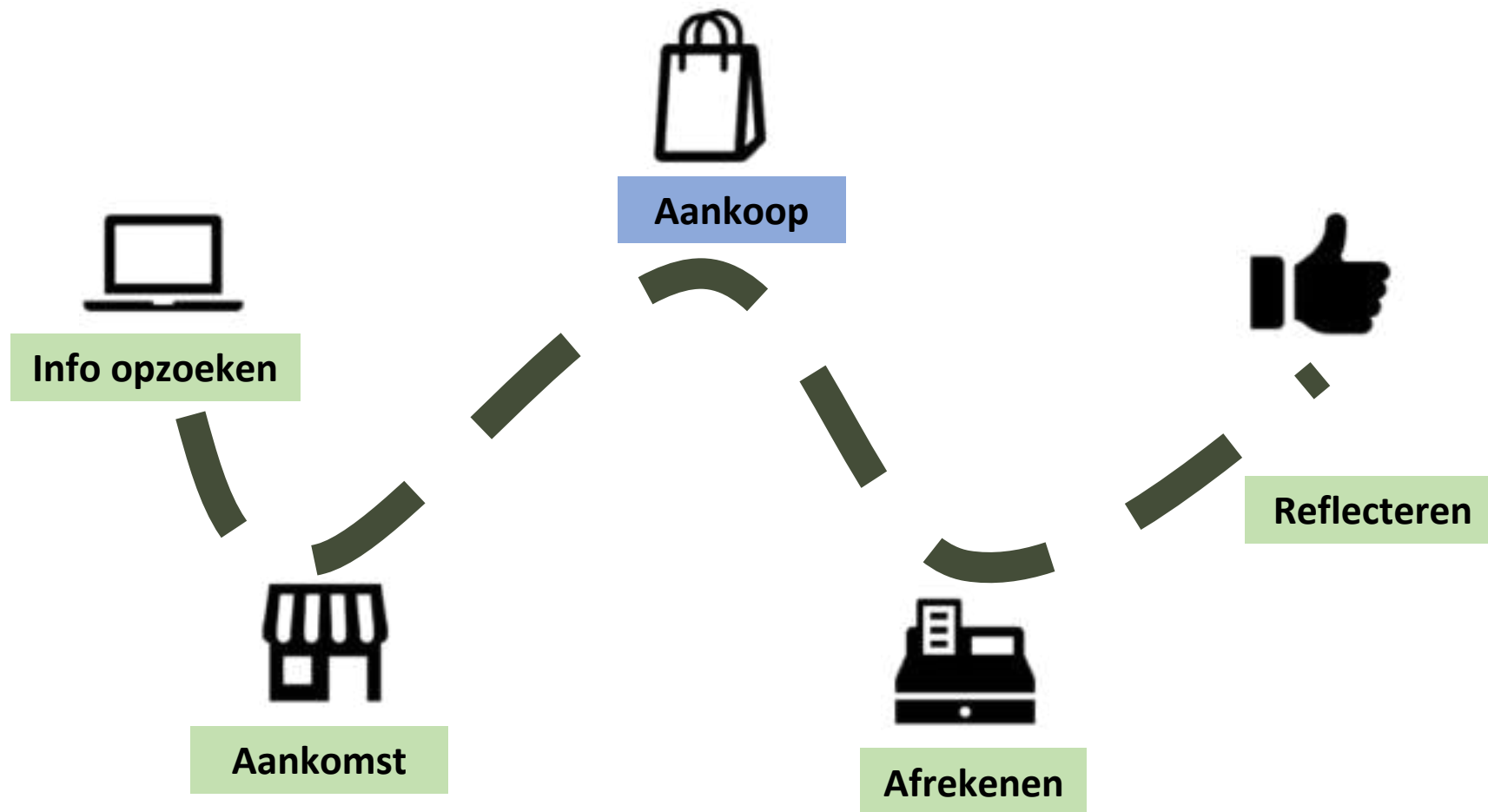
Telefonisch: +32 472 44 10 88 (Pieter Cornelis)

Facebook: Fair to go (@dienstverleningfairtogo)

Instagram: @fairtogo



Resultaten mystery shopping



Aankoop

mystery

SHOPPER



Aankoop



Prijs- en productaanduidingen kunnen beter



Achteraf zag ik op het visitekaartje dat ze me meegaf dat ze ook pudding en ijs hebben maar dit zag ik nergens staan, werd niet vermeld op een lijst en heeft de vrouw ons niet verteld.



Zet eigen producten in de kijker



Maak het mensen gemakkelijk, het is niet omdat het er ligt dat ze het zien.

Aankoop



Prijsaanduiding



Blijde mama's



Vermijd lege rekken

Aankoop



Ruim assortiment is een grote troef



Doordat ze een groot aanbod hebben is het de moeite waard om naar hun afgelegen winkel te rijden.



Aantrekkelijke verpakking en etiket (zeker ook houdbaarheid)



Pudding en yoghurt in wegwerpverpakking. Is glas haalbaar?



Aankoop

ASSORTIMENT



Breed assortiment = aantrekkelijk



Overaanbod = onaantrekkelijk

<5 jaar ervaring

Breed assortiment

AANBOD : EIGEN PRODUCTEN VS COLLEGA'S



Geen voorkeur



Voorkeur eigen producten

Aankoop

PRESENTATIE



Zichtbaarheid van de producten



Praktische indeling



Aantrekkelijke presentatie en indeling

Zuivel
Vlees

Dikwijls niet uitgestald, maar vaak gewenst

Aankoop

PRIJS- & NAAMAANDUIDING



Prijs- & naamaanduiding kunnen vaak duidelijker

<5 jaar ervaring
Zuivel

Meestal duidelijk

>5 jaar ervaring

Niet altijd duidelijk

BESCHIKBAARHEID

Vlees

Enkel bestelling

G&F

Seizoen afhankelijk



Synchronisatie website en aanbod

Aankoop

VERPAKKING



Aantrekkelijkheid belangrijk



Voorkeur voor milieubewuste verpakking

Zuivel
Vlees

G&F

Plastiek – Kan dit duurzamer?
Vacuüm – Aanpasbare portiegrootte
gewenst. Kan dit duurzamer?
Papieren zakjes

AANKOOP: AANBEVELINGEN

Aandacht voor prijs- en productaanduidingen

Aandacht voor duurzame verpakking

Synchronisatie van aanbod en communicatie

AANKOOP: PILOOTACTIES

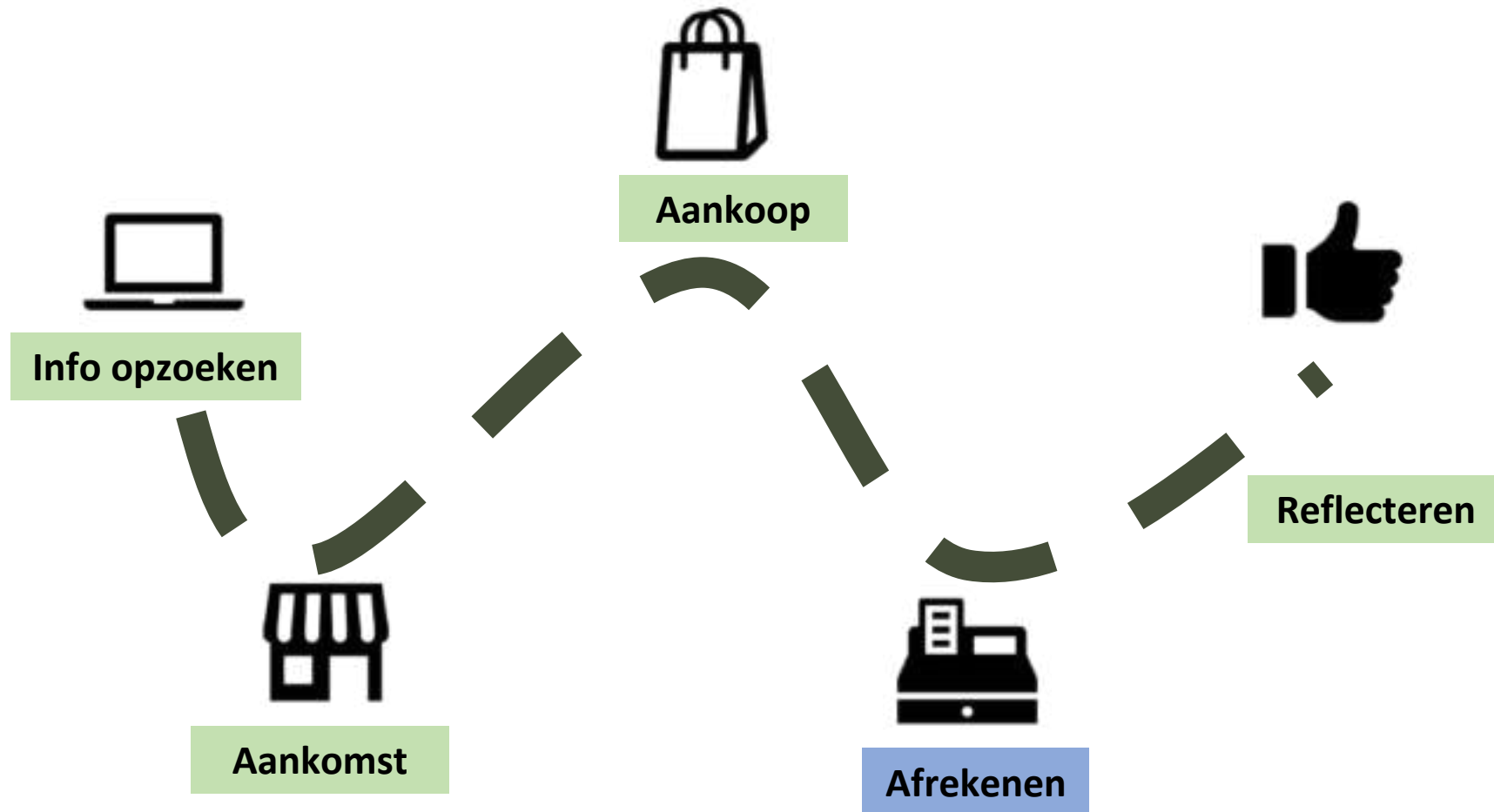
Wetgeving etikettering

Vormgeving etiketten o.b.v. huisstijl

Duurzame verpakkingen

Storytelling (verhaal en producten in kijker zetten)

Resultaten mystery shopping



Afrekenen
en vertrek

mystery
SHOPPER



Afrekenen en vertrek



Consumenten brengen vaak eigen herbruikbare tas mee



Bancontact of payconiq had wel handig geweest



Automaten: graag gezamenlijk afrekenen, apart is omslachtig



Inzetten op klantenbinding

Afrekenen en vertrek

BETALEN



Pinnen aub



Minder belangrijk

Vlees

Grote bedragen – meestal grote bedragen/bestellingen

Lage mobiscore

Pinnen mogelijk

Afrekenen en vertrek

TICKET



Belangrijk



Als een ticket opgemaakt wordt, moet deze gedetailleerd en duidelijk zijn voor de klant.

ZAKJE? DOOSJE? KISTJE?



Vaak geen zakje mee en wil de optie om er eentje aan te kopen – met voorkeur herbruikbaar

<5 jaar ervaring

Mogelijkheid tot zak/doos

>5 jaar ervaring

Vaak niet de mogelijkheid om een zak of doos mee te krijgen.

Afrekenen en vertrek

PERSOONLIJK CONTACT



Minder belangrijk



Contact en productkennis van groot belang

<5 jaar ervaring

Veel kennis en uitleg
Klantenbinding : klantenkaart, gesprek, flyer...

>5 jaar ervaring

Minder uitleg, minder stimulans om terug te komen bij nieuwe klanten

Afrekenen en vertrek

STIMULANS OM TERUG TE KOMEN



Assortiment



Verse, niet voorverpakte producten



Authenticiteit, persoonlijk contact

AFREKENEN EN VERTREK: AANBEVELINGEN

Digitale betaalmogelijkheden

Overzichtelijk kassaticket

Zet in op klantenbinding (bv gesprek, Joyn, spaarkaart, info ...)

AFREKENEN EN VERTREK: PILOOTACTIES

Kassagegevens gebruiken/kassasystemen optimaliseren

Mogelijkheden betalingssystemen oplist

Automaten (betaalmogelijkheden, gebruiksvriendelijkheid)

Resultaten mystery shopping



Reflecteren



Goede prijs-kwaliteit



Lekker producten, veel beter dan die industriële yoghurts



Eenmaal over drempel geweest komen klanten terug



Zeker een aanrader!

REFLECTEREN: AANBEVELINGEN

Geef klanten een reden om eens over de vloer te komen: bv via evenement

Zorg voor duidelijke communicatie

Klanten met de beste ervaring geven 140% meer uit dan klanten met een slechte ervaring

Wees trots op je producten!

REFLECTEREN: PILOOTACTIES

Organiseren van bezoekdag

Nudging

Bedankt!

Vragen of meer info?

Lies Kestelyn (Vives)

0498 13 04 58 - lies.kestelyn@vives.be

Katrien Grauwet (Inagro)

051 27 32 29 - katrien.grauwet@inagro.be