

# Channel development

In out-of-home ontstaat de bewustwording dat trade marketing een belangrijke impuls voor groei is. Maar welke facetten vallen onder dit brede vakgebied en welke concrete resultaten kan dit opleveren voor professionalisering en groei? Janka Dekker en Minouk Damen van Marketing4Results geven in deze artikelenreeks hun visie over dit onderwerp.

Volgens de marktindeling van FoodService Instituut Nederland bestaat de Nederlandse out-of-homemarkt uit meer dan 50 segmenten. Het is voor fabrikanten onmogelijk om al deze segmenten actief te bewerken. Om het grootste mogelijke resultaat in out of home te halen, moeten dan ook onderbouwde keuzes voor de te bewerken segmenten worden gemaakt. Dit is de eerste stap in het proces van trade marketing: channel development. De onderdelen waaruit deze stap bestaat, worden in dit artikel toegelicht.

## Financiële potentie

Het eerste onderdeel waar inzicht in moet worden verkregen, is de financiële potentie van een segment voor jouw product. Denk hierbij aan het huidige volume van jouw product(groep) per segment en een inschatting over de ontwikkeling hiervan. Valkuil hiervan in de praktijk is dat sec op basis van het

totaalvolume waarden aan segmenten worden toegekend. Dit zegt echter niets over het gemiddeld volume dat per outlet ofwel de uiteindelijke kosten-batenverhouding per outlet. Daarom moet ook inzicht worden verkregen in welke mate jouw productgroep gebruikt wordt bij outlets in een bepaald segment. Zo is het aantal outlets dat frites serveert binnen hotels bijvoorbeeld veel hoger dan het aantal lunchrooms, terwijl het totaal aantal outlets in deze segmenten vergelijkbaar is. Andere facetten van de financiële potentie zijn de omzet en marges per product-markt-combinatie, maar denk ook aan het belang van jouw product voor eindverbruikers én consumenten en het koopgedrag van eindverbruikers in een segment: zijn het prijsskopers voor jouw productgroep of loyale (merk)kopers?

## Trade marketing in out-of-home

Business analyse	Channel development	3 jaar
	Trade development	2 jaar
	Category management	1-2 jaar
	Channel activation	1/2-1 jaar

Marketing4Results

## Praktijkcase PepsiCo

Om inzicht te krijgen in de groeimogelijkheden binnen out-of-home voor onder andere de merken Lay's en Duyvis heeft PepsiCo het proces van channel development doorlopen. Esther van der Poel, Channel Development Manager: 'Door het combineren en analyseren van algemene marktdata, interne verkoop- en bezoekeninformatie en aanvullend (markt)onderzoek zijn groeikansen binnen verschillende product-marktcombinaties gekwantificeerd. Naast een aantal interessante eye-openers die hieruit naar voren kwamen, is hierdoor ook het fundament gecreëerd om toekomstige groeiplannen binnen out of home te kunnen invullen.'

## Internal assets

Internal assets zijn eigendommen van je organisatie waarmee je je kunt onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Denk bijvoorbeeld aan de producten en merken die je verkoopt, maar ook de kennis, mensen, middelen die binnen je organisatie aanwezig zijn. Afhankelijk van de behoeftes en het belang van je product(groep) voor de eindverbruiker en/of consument in een bepaald segment heeft dit een bepaalde waarde die - positief of negatief - kan bijdragen aan de positie van je organisatie.

## Externe positie

Inzicht in de externe positie van je organisatie is noodzakelijk om te bepalen waar je je naar toe kunt of moet ontwikkelen. Deze positie wordt onder andere bepaald door de marktaandeelen van jouw organisatie ten opzichte van de belangrijkste concurrenten

(concurrentiepositie) en het belang van jouw organisatie voor de verschillende grossiers in out of home (distributiepositie).

Alle bovenstaande onderdelen heeft Marketing4Results verwerkt in een model. Door dit model per segment in te vullen, ontstaat inzicht in de meest optimale segmentstrategie.

## Over Marketing4Results

Marketing4Results is het trade marketing-bureau voor out of home en creëert realistische en resultaatgerichte groeimogelijkheden voor fabrikanten en grossiers in deze markt. Kijk voor meer informatie op [www.marketing4results.eu](http://www.marketing4results.eu)

Marketing 4 Results

Creating ■ Food ■ Opportunities ■ 4You