

# De zes P's

In deze artikelenreeks behandelen Janka Dekker en Minouk Damen van Marketing4Results de 6 P's van de marketingmix voor out of home. Naast de P's van product, prijs, plaats en promotie komen ook personeel en presentatie aan bod. Met deze reeks wil Marketing4Results je op een pragmatische en concrete manier inzicht te geven in de mogelijkheden van iedere P in de dagelijkse commerciële praktijk van out-of-home.

## P5: Personeel

Personeel is misschien wel het meest onderbelichte instrument van de marketingmix. Sterker nog, vaak wordt personeel niet als onderdeel van de marketingmix gekwalificeerd. Toch is dit, juist in een relatiegeoriënteerde markt als de foodservice, een essentieel onderdeel om succesvol te kunnen zijn! Goed personeel maakt een bedrijf immers niet alleen efficiënt, maar ook klantgericht.

### PERSONEEL WORDT STEEDS BELANGRIJKER

In de praktijk merken we dat de P van Personeel steeds belangrijker wordt. Dit heeft onder andere te maken met het rendement van de traditionele P's. Als het stroomlijnen



van processen, ICT-oplossingen, het oprekken van prijzen, promotie en vergelijkbare instrumenten minder effect hebben, wordt het belang van de menselijke factor hoger. Juist omdat de P van personeel zo veel 'menselijke' factoren bevat die moeilijk in een stramen zijn te vangen, kan personeel dus van doorslaggevend belang zijn om je organisatie te onderscheiden van de concurrent. Persoonlijke verkoop is en blijft één van de belangrijkste omzetbrengers in de foodservice markt.

### AFSTEMMEN VAN PERSONEELSBELEID OP DE DOELGROEP!

De inzet van personeel wordt succesvoller als zij weten hoe de klant denkt en wat de klant doet. Het personeel moet in de wereld van de klant kunnen stappen. Dit betekent dat medewerkers zich moet kunnen identificeren met de klant. Het kennen en herkennen van de klant maakt het makkelijker je klantvriendelijker op te stellen en actief deel te nemen aan het commerciële proces. Als je immers weet wat de klant wil, ben je ook in staat zijn verwachtingen te overtreffen.

Dit geldt zowel voor medewerkers die direct contact hebben met je prospects en klanten, maar zeker ook voor medewerkers die indirect contact hebben, zoals bijvoorbeeld marketing en sales support.

### MAAK RESULTAAT MEETBAAR

Personeel is in foodservice niet alleen een hele belangrijke, maar ook veruit het duurste marketing-instrument dat ingezet kan wor-

den. Een belangrijke voorwaarde voor het effecten van personeel is dat verkopers zich richten op juiste outlets. Te vaak komt het voor dat verkopers bestaande klanten bezoeken of geen idee hebben wat het potentieel in de markt ligt. Het resultaat is dat verkopers veelvuldig het bekende rondje om de markt lopen.

Maak daarom de markt inzichtelijk, maar ook de punten die worden behaald! Maak duidelijk waar knelpunten en quick wins liggen en stuur hierop. Weet wat het rendement is van een klant. Zorg dat de activiteiten die sales onderneemt worden ondersteund door marketing of parallel lopen met de activiteiten van marketing. Verkoop wordt dan een integraal onderdeel bij alle onderdelen van het bedrijf betrokken zijn om te creëren van synergie tussen de verschillende onderdelen van het bedrijf om je (potentiële) klant te bereik te brengen. Het is simpel, zo simpel is het!

### OVER MARKETING4RESULTS

Marketing4Results is hét marketingbureau voor out of home en creëert realistische en resultaatgerichte marketingmogelijkheden voor fabrikanten en grossiers die actief zijn op deze markt. Kijk voor meer informatie op [marketing4results.eu](http://marketing4results.eu).

Marketing 4 Results

Creating ■ Food ■ Opportunities