

Trade activation

In out-of-home ontstaat de bewustwording dat trade marketing een belangrijk 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.

In de vorige fase, category management, is het fundament gelegd voor het succesvol ontwikkelen van een categorie. De categorie is gedefinieerd, de categorierol bepaald en uiteindelijk is alles opgetekend in een categoriestrategie. Nu is het de kunst de strategie te vertalen naar tactiek en concrete activiteiten. De laatste stap - trade activation - bestaat dan ook uit alle activiteiten die worden ingezet binnen een PMC om de categorie optimaal te laten renderen. Bij het inrichten van deze activiteiten kan worden teruggevallen op de traditionele P's uit de marketingmix: product, promoties, prijs, persoonlijke bezoeken, presentatie. Maar hoe bepaal je nou welke activiteiten moeten worden ingezet om je categorie succesvol te laten zijn?

Strategie als leidraad

Bij het inzetten van activiteiten is de

categoriestrategie leidend. Alle te ontwikkelen activiteiten moeten bijdragen aan het realiseren van de strategie. Aandachtspunt hierbij is dat door de bril wordt gekeken van de betreffende partij waarvoor category management wordt uitgevoerd en niet alleen de eigen belangen centraal te zetten. Het gaat bij trade marketing immers om samenwerking in de keten! Het is van belang om de activiteiten die je doet om de huidige situatie te verbeteren, zorgvuldig in beeld te brengen en te leren van vroegere activiteiten. Een ezel stoot zich in het algemeen....

Ook het motto 'beter goed nagebootst dan slecht bedacht' is belangrijk om mee te nemen. In feite is er niets nieuws onder de zon. Vaak kijken naar wat er in de markt gebeurt, kan veel effectiever zijn dan het resultaat van een brainstorm met eigen ideeën.

Trade marketing in out-of-home



Marketing4Results

Praktijkcase: Leaf Holland B.V.

Leaf Holland ziet volop kansen om onder andere in petrol méér uit de categorie suikerwerk te halen. Job Rombout, category development manager bij Leaf: 'Om de omzet per locatie te verhogen gebruiken we in samenwerking met onze klanten de door ons ontwikkelde category management tool: de 'blokkendoos'. Er zijn 3 groeipijlers ('meer' mensen 'vaker' laten kopen en per aankoop 'voller' maken) die met ieder 5 marketingtools (product, presentatie, promotie, prijs en personeel) bewerkstelligd kunnen worden. Zo zijn er 15 bouwstenen voor trade activation die we gericht inzetten om groei van de categorie suikerwerk te realiseren.'

Praktijkvoorbeeld

Een voorbeeld uit de praktijk: voor de categorie zoetwaren binnen het segment bedrijfscatering is de gekozen strategie het optimaliseren van transacties. Op het gebied van prijs kan bijvoorbeeld bij aankoop van één soort snoep een ander snoepproduct voor de helft van de prijs worden aangeboden. De productrange die wordt aangeboden zijn de meest populaire snoepjes voor de snoepspot in bedrijven. Deze worden in een compacte display bij de kassa aangeboden. Het personeel wordt geïnstrueerd om de actie bij de gasten extra onder de aandacht te brengen.

Implementeren

Als uiteindelijk een ideale mix aan activiteiten is samengesteld is het van belang alle neuzen dezelfde kant op te krijgen. Effectief een categorie beheren kan immers alleen als er draagvlak bestaat binnen de keten en de verschillende onderdelen

integraal op elkaar aansluiten. Logisch ook, want uiteindelijk is elk onderdeel evenveel verantwoordelijk voor het eindresultaat onder de streep. Het creëren van synergie tussen de verschillende onderdelen en tegelijkertijd het leggen van focus op de categorie en de klant levert geld op.

Over Marketing4Results

Marketing4Results is hét 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 of neem contact op voor een vrijblijvende afspraak om jouw organisatie een impuls voor groei te geven!

Marketing 4 Results