

2-daagse workshop de shopper in foodservice

Shopperinzichten voor trade marketing en category management

De shopper in foodservice

Shopper marketing, shopper insights, shopperonderzoek.... Termen die steeds vaker worden genoemd in foodservice. Maar wat houdt het nu precies in? Wat zijn op korte en (middel)lange termijn de mogelijkheden van kennis over en inzicht in de shopper voor jouw organisatie? En op welke manier kunnen shopperinzichten worden geïntegreerd binnen het category management proces?

De workshop

Tijdens deze workshop vormt de shopper journey het uitgangspunt. Deze journey bestaat uit de pre shopping, to shopping, shopping en post shopping fase. Zowel mogelijke werkwijzen om shopperinzichten over de finale shopper (consument) als de professionele shopper (eindverbruiker) te verzamelen, als het gericht toepassen van de opgedane inzichten binnen één of meerdere van de shopper journey fases komen tijdens deze workshop aan bod. Ook de wijze waarop shopper insights kunnen worden toegepast binnen het trade marketing en category management proces wordt uitgebreid toegelicht. In dat kader krijg je veel bruikbare modellen aangereikt en worden praktijkvoorbeelden gedeeld.

De onderwerpen

De onderwerpen die tijdens deze workshop aan bod komen, zijn:

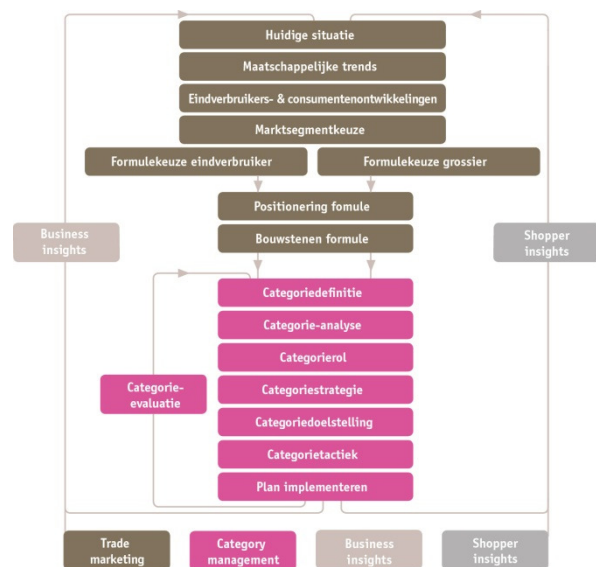
- wie is de shopper in foodservice?
- bewust en onbewust gedrag van de shopper en manieren om gedrag te beïnvloeden;
- de shopper journey in foodservice (pre shopping, to shopping, shopping en post shopping);
- (zero) moment(s) of truth en touchpoints binnen de shopper journey;
- de shopper binnen het proces van trade marketing en category management in foodservice;
- methodieken om informatie over shopper te verzamelen;
- van informatie naar inzicht: shopperprofielen, shopper decision tree, shopper journey map, etc.

Marketing 4 Results

Advies ■ Interim ■ Workshops ■ Inspiratie

info@marketing4results.eu - 0345 - 50 52 41

Marketing4Results is hét bureau op het gebied van trade marketing en category management in foodservice. Om deze processen te ondersteunen, worden innovatieve business insights en shopper insights gecreëerd. In het model hieronder worden deze onderdelen en het onderlinge verband daartussen visueel weergegeven.



Wie gingen je onder andere voor?



2-daagse workshop de shopper in foodservice

Shopperinzichten voor trade marketing en category management

Tijdens de workshop worden veel concrete voorbeelden gegeven van shopperinzichten en de toepassing daarvan in foodservice. Ook ga je aan de slag met verschillende opdrachten waarmee je een plan van aanpak ontwikkeld over de shopper in foodservice voor jouw organisatie.

Het resultaat

Door het volgen van deze workshop:

- weet je welke shoppers er in foodservice zijn en wat de verschillende mogelijke stappen van hun shopper journey zijn;
- krijg je inzicht in de verschillende manieren om shopperinzichten te verzamelen;
- krijg je veel praktische voorbeelden aangereikt over manieren waarop je shopperinzichten en -profielen modelmatig kunt weergeven;
- weet je op welke manier je shopperinzichten kunt toepassen binnen de verschillende stappen van het trade marketing en category management proces;
- ontwikkel je een plan van aanpak over de te nemen stappen op het gebied van de shopper voor jouw organisatie;
- kun je kennis en ervaringen delen met andere deelnemers aan de workshop.

Doelgroep

De workshop is bedoeld voor trade marketeers, category managers en formulemanagers die zich bezig houden met de shopper in foodservice voor hun categorie/formule of meer inzicht willen krijgen in de mogelijkheden voor het verzamelen en toepassen van shopperinzichten in foodservice voor hun organisatie. Ook accountmanagers die hun klantrelatie naar het volgende niveau willen brengen, kunnen aan deze workshop deelnemen.

Door zowel een sales- als marketingmedewerker vanuit één organisatie te laten deelnemen aan de workshop kan vanuit verschillende disciplines kennis worden vergaard, gedeeld en toegepast.

Marketing 4 Results

Advies ■ Interim ■ Workshops ■ Inspiratie

info@marketing4results.eu - 0345 - 50 52 41

Eveline Tromp



Tijdens de workshop heb ik nieuwe handvatten aangereikt gekregen om gesprekken over category management en shopperinzichten met counterparts van formules te kunnen voeren. Daarnaast heb ik veel inspiratie opgedaan om inzichten op basis van data middels overzichtelijke modellen beter over de Bühne te krijgen bij zowel collega's als klanten.

Rogier Soetens,



Ik heb tijdens deze 2 dagen veel geleerd over de shopper in relatie tot category management in foodservice. De combinatie van theorie, praktijkvoorbeelden, opdrachten en groepsdiscussies was erg goed. Het was prettig dat het hele proces van category management werd doorlopen en we continu getriggerd werden met de vertaalslag naar onze eigen organisatie, waardoor ik aan het eind van de 2-daagse workshop een concreet plan van aanpak voor Bakerstreet had.

Carolien Plevier



De 2-daagse workshop 'De shopper in foodservice' geeft duidelijk inzicht welke rol de shopper speelt op welke onderdelen binnen category management proces. Met praktische voorbeelden wordt meteen duidelijk dat het je heel wat oplevert om als leverancier tijd en energie in shopperonderzoek en specifieke shoppertactieken te steken.

Gemma Regnerij



Het was ontzettend inspirerend om met mensen van verschillende organisaties binnen foodservice te sparren en van elkaars ervaring te leren! De kennis die tijdens de workshop is gedeeld, heeft mij de handvatten gegeven om binnen onze organisatie doelbewust marketingactiviteiten op te zetten. Daarnaast heb ik diverse tools aangereikt gekregen om nog betere analyses te maken en ambitieuze, maar haalbare doelstellingen te formuleren.

Praktische informatie

Duur: 2 dagen (van 9.00 uur tot 16.00 uur)

Locatie: kantoor van Marketing4Results
Voorstraat 88, Beesd

Kosten: € 995,- per deelnemer (excl. BTW)