

De Brink is uit de brand

Hoe de beste kaaswinkel
nog beter werd



Lekker tijl

VAKBLAD VOOR ONDERNEMERS IN FOODSPECIALITEITEN

WINKEL

Jaap & Ellen combineren
winkel en lunchroom

INTERVIEW

CONO-app legt contact
met ondernemer

App als contactpunt tussen winkel en kaasmakerij

Veel kaasspeciaalzaken hebben een lijn afkomstig van de kaasmakerij van CONO Kaasmakers in hun assortiment. Al die kazen, met eigen merknamen, worden geleverd door de tussenhandel. Met een app voor ondernemers wil CONO nu in direct contact komen met de verkopers van hun kazen. Jef van de Vegte van CONO en ondernemer Colin Cornel vertellen over de app.

“De CONO-app is een business-to-business app voor ondernemers die CONO-kaas verkopen”, stelt Jef van de Vegte, business development manager bij CONO Kaasmakers. “Met de app kunnen de ondernemers geïnformeerd worden over alles wat CONO doet, hoe we onze kazen maken en waarom onze kazen onderscheidend zijn. Het doel van de app is om fans en loyaliteit te genereren bij deze ondernemers. De CONO-app is alleen bestemd voor ondernemers en hun personeel in het traditionele kanaal, niet voor supermarkten.”

Waarom is CONO met deze app gestart?

Van de Vegte: “CONO maakt op een mooie, onderscheidende manier kaas. Tegelijk vindt die kaas in het handelskanaal haar weg in allerlei verschillende gedaantes, met verschillende merken en private labels. CONO is in de winkel geen merk. Maar we willen als bedrijf graag op het niveau van de ondernemer middelen ontwikkelen om de ondernemer te informeren over waarom onze kaas bijzonder is en wat CONO nou CONO maakt. Want er zijn zo veel verhalen die we nog kunnen vertellen over onze kaasmakerij. Echter, wij leveren onze kazen uit aan de handelaren, die een directe relatie met de ondernemer hebben. CONO zelf is geen leverancier aan de winkel. We missen die directe relatie, terwijl we het belangrijk vinden om ons verhaal te vertellen.”

Op welke manier helpt de app de ondernemer bij zijn winkel?

Van de Vegte: “Niet bij het bestellen, het is geen bestel-app. We hopen de ondernemer te inspireren door ze meer te

vertellen over de kaas die ze verkopen en ze tools te geven die ze bij de verkoop kunnen gebruiken.”

Dat kan toch ook met drie A4'tjes?

Van de Vegte: “Dat kan wel, maar we kiezen voor de app als een modern communicatiemiddel. Een deel ervan is een vernieuwde vorm van onze website. Dat is overigens ook het openbare deel van de app, waar iedereen bij kan om te lezen over CONO. Een ander deel is besloten. Daarvoor krijgt de ondernemer een persoonlijke activatiecode die hem toegang geeft. In dat deel geven we veel specifiekere ondernemersinformatie die hem kan helpen onze kazen beter te verkopen. Bijvoorbeeld: we beschikken in ons bedrijf over veel informatie en data. We zouden de ondernemer kunnen helpen met demografische factoren van zijn verzorgingsgebied, en dat gecombineerd met het shoppergedrag bij een kaasspeciaalzaak zou de ondernemer kunnen helpen om zijn acties daarop verder te specificeren. En natuurlijk is de app nog in ontwikkeling, dat is het voordeel van een digitaal product, dat je het continu kunt blijven ontwikkelen en verbeteren.”

Wat is het spaarsysteem in de app?

Van de Vegte: “We geven de ondernemer de mogelijkheid om te sparen voor punten die in te wisselen zijn voor leuke producten, workshops of een rondleiding in onze kaasmakerij. Wanneer een ondernemer bijvoorbeeld een actie heeft met CONO-kaas, die hij op zijn social media zou willen plaatsen, kan hij daarmee punten verdienen door ons te informeren



Jef van de Vegte.



beeld in de vorm van workshops over kaas, over social media gebruik, hulp bij het maken van een video of een rondleiding door onze kaasmakerij. Naast de informatie biedt de app dus ook een loyaliteitsprogramma waarmee de ondernemer kan sparen voor extra ondersteuning.”

Punten sparen; dat doet denken aan handdoeken sparen bij de benzinepomp. Daar heeft een ondernemer het toch te druk voor? Waarom is dat toch een goed idee?

Van de Vegte: “Dat is dan ook de grootste code die wij te kraken hebben. Want het is geen consumenten-app, maar een B2B-app. En we kunnen geen korting aanbieden, want we zijn niet de directe leverancier. Dus moeten we acties brengen en ondersteuning bieden waar de ondernemer echt baat bij

‘We kiezen voor de app als een modern communicatiemiddel’

over zijn actie. Bij inwisseling van de gespaarde punten kan hij vervolgens een beloning uitkiezen zoals ondersteuning vanuit CONO. Dit kan bijvoor-

beeld in de vorm van workshops over kaas, over social media gebruik, hulp bij het maken van een video of een rondleiding door onze kaasmakerij. Naast de informatie biedt de app dus ook een loyaliteitsprogramma waarmee de ondernemer kan sparen voor extra ondersteuning.”

Maar foto's uploaden, punten sparen, zit een ondernemer daarop te wachten in deze drukke tijden van krappe markten?

Van de Vegte: “Henry Ford zei ooit: ‘If I had asked people what they wanted, they would have said faster horses.’ Wij geloven erin, we vinden dat we al die verhalen over de herkomst van de melk, de inspanningen op het boerenland en het maken van kaas moeten delen met onze ondernemers. Vaak denken ondernemers dat ze het wel weten, maar er is nog zoveel informatie te delen over het prachtige vakmanschap van kaasmaken. We moeten dat meer uitlichten, dat zijn we verplicht aan onze veehouders. En tegelijk geloven we erin dat als we dat verhaal vertellen aan de ondernemer, hij dat kan gebruiken in zijn verkoop. En juist dat sparen van punten is goed voor het genereren van een interactie, en leidt tot veel meer dan alleen het zenden van informatie vanuit CONO.”

Wat zoekt CONO in die interactie?

Van de Vegte: "Wij willen begrijpen wat er op de winkelvloer gebeurt, waar de ondernemer mee worstelt en wat hij nodig heeft. Bijvoorbeeld: CONO laat zich voorstaan op een zeer duurzame bedrijfsvoering. Maar wat kan de ondernemer daarmee? Welke delen van dat beleid kan hij gebruiken en welke niet? Daarvoor hebben we dat contact met die ondernemer nodig."

Hoe werkt het sparen?

Van de Vegte: "Er zijn twee manieren waarop de ondernemer punten kan sparen. De eerste is door middel van het scannen van QR-codes die wij bijvoorbeeld in onze advertenties plaatsen en die onze buitendienst adviseurs bij zich dragen. De tweede is door mee te doen aan onze acties. Dan kun je denken aan het delen van een recept op social media tot het toevoegen van het winkelpersoneel aan de CONO-app en het invullen van een enquête. Deze acties blijven wij vernieuwen en uitbreiden. In de CONO-winkel staan de verschillende beloningen waar je je punten voor kunt inruilen, zoals je dat ook kent uit consumenten-apps. Social media-trainingen, een bedrijfsscan van de winkel, een kaasworkshop, maar ook een dinerbon, om ook iets buiten de werksfeer te bieden."

‘Ik heb de app intensief gebruikt en veel feedback gegeven’

Colin Cornel is ondernemer van Kaasgenoten in Etten-Leur. Wat vindt hij van de CONO-app?

"Ik ben enthousiast. Ik hoorde ervan op de Vakbeurs Foodspecialiteiten. Ik zag het als een tool om mij meer kaas te laten verkopen. In het begin heb ik er veel gebruik van gemaakt, nu eigenlijk niet meer zoveel. Dat is het eerlijke verhaal. Ik heb hem intensief gebruikt en veel feedback gegeven. Het is echt een



Colin Cornel.



leuke tool om mij nog beter te maken als ondernemer. Enerzijds heb ik veel gehad aan het verhaal achter de kaas. Maar ook kwam ik via de app op duurzame CONO-tasjes die we aan klanten konden meegeven. Maar het belangrijkste is dat we de kaas laten proeven, dat onze klanten zelf kiezen voor een CONO-kaas in plaats van een gewone kaas. En als je laat proeven zijn ze overtuigd. En als je dan ook nog een tasje of een dipje erbij geeft, dan blijft het nog beter hangen bij de klant."

En de achtergronden van de kaas heb je uit de app gehaald?
Cornel: "Ikzelf wel, mijn team nog niet, dat wordt de volgende stap. Ik moet ze daar nog toe aanzetten, om te zorgen dat ze ook dat verhaal gaan vertellen."

Wat maakt dat je de app nu minder gebruikt?

Cornel: "Op een gegeven moment heb je alle stappen doorlopen en ben je klaar, voor je gevoel. De app is in ontwikkeling, en één van mijn feedback-punten was ook dat je wel getriggerd moet blijven worden om af en toe de app weer te gebruiken, want dat maakt het leuk. Het is leuk om af en toe filmpjes te zien van andere ondernemers, of nieuwe tips te krijgen voor de winkel."

Van de Vegte: "Dat is gelijk onze grootste uitdaging: de app levend houden. We moeten blijven vullen met nieuwe data, nieuwe acties, nieuwe informatie. Dat is de reden om te blijven terugkomen."

Hoe lang heb je de app gebruikt?

Cornel: "Een paar maanden. En nu nog kijk ik er af en toe op. Afgelopen week had ik een actie voor de deur met het proeven van tosti's met CONO-kaas. Foto's daarvan heb ik geüpload naar de app. Het gaat me dan niet om de punten, maar wel dat je continu wordt getriggerd door de app, omdat zij er actief mee bezig zijn. Ik vind het leuk dat CONO dit doet, dus werk ik eraan mee."

Waarom werkt je personeel nog niet met de app?

Cornel: "Dat komt nog wel, ik moet even een goed moment hebben, of een goede aanleiding om hen ervoor te interesseren. Het wordt de volgende stap."

Wat heb je zelf geleerd van de app voor je verkoop?

Cornel: "Er is op de app een plek waar je recepten kunt delen. Dat heeft mij getriggerd om een kaasfondue-recept te maken met alleen CONO-kaas. Dat hebben we op social media geplaatst. Mijn winkel verkoopt voornamelijk Hollandse kaas, en we krijgen best vaak klanten voor kaasfondue. CONO verzint iets, en dat brengt mij op ideeën en nu loopt mijn CONO-fondue heel goed."

Welke tips heb je voor het gebruik van de app voor andere ondernemers?

Cornel: "Eigenlijk geen tips, de app is zeer gebruiksvriendelijk. Het wijst zich vanzelf."

Zou de je app aanraden aan collega's?

Cornel: "Ja, zeer zeker. Omdat er toch goede tools in zitten om mij als ondernemer sterker te maken. Zoals het delen van een recept met CONO-kaas op social media: ik krijg er punten voor, dat is toch leuk, en het stimuleert mij om mijn klanten iets nieuws te bieden. En zelfs mijn collega vijftig meter verderop zou ik de app adviseren. Die verkoopt ook CONO. Het bijt elkaar niet, het is dezelfde informatie die we doorgeven aan onze klanten. De app moet wel blijven triggeren om er steeds bij terug te komen. Dat is een tip aan de makers bij CONO."

Jef, Colin is positief over de app, maar hij ziet nog verbeterpunten...

Van de Vegte: "Daar zijn we blij me. Het is nuttige kritiek. We hebben liever gebruikers die aangeven wat ze nog verbeterd willen zien, dan ondernemers waar we niets meer van horen en de app niet meer gebruiken. Bij CONO wordt de app breed gedragen en is er volop inzet om hem samen nog veel beter te maken. En we weten dat we er nog niet zijn. Het is een work in progress en we staan nog maar aan het begin. Deze weg is bewust gekozen: eerst uitbrengen en de ondernemers informeren dat dit fase 1 is, om de app vervolgens samen met hun input, feedback en wensen verder te ontwikkelen en zo te verbeteren."

Cornel: "CONO steekt hiermee wel zijn nek uit, dat is het belangrijkste. Het is heel iets nieuws, het is creatief out-of-the-box denken. Het is een mooie manier om ondernemers elkaar te laten stimuleren om leuke dingen te doen. Foto's delen, wat heb je gemaakt, welke display doe je, welke acties en activiteiten zet je in om meer kaas te verkopen. Daar kun je elkaar mee inspireren en motiveren."

Van de Vegte: "Het samen ergens aan werken is ook wel iets van CONO. We zijn tenslotte een coöperatie." ◀

'Ik vind het leuk dat CONO dit doet'

