

Delhaize-supermarkten koken potje voor de klant

nieuws

Een extracurriculaire bezigheid van een aankoper groeide bij supermarktketen Delhaize uit tot een concept dat voortaan in alle vestigingen wordt ingevoerd. Honderdzestig koks maken op de winkelvloer een potje klaar van ingrediënten die ze gewoon uit de rekken lichten. "Op die manier leren we de consument koken en verkopen de gebruikte producten ook beter", luidt het in De Morgen.

🕒 8 FEBRUARI 2005 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:29

Een extracurriculaire bezigheid van een aankoper groeide bij supermarktketen Delhaize uit tot een concept dat voortaan in alle vestigingen wordt ingevoerd. Honderdzestig koks maken op de winkelvloer een potje klaar van ingrediënten die ze gewoon uit de rekken lichten. "Op die manier leren we de consument koken en verkopen de gebruikte producten ook beter", luidt het in De Morgen.

'Het was eigenlijk voor de lol begonnen', zegt hoofdaankoper voor groenten en fruit Freddy Deraeve bij Delhaize. Hij begon recepten uit te denken op basis van de producten die het bedrijf in de rekken heeft staan. In een tiental Delhaize-winkels zette hij een soort kookstand op om de passerende klanten met frisse kookideeën naar huis te sturen. En hen, als het even kon, ook wat extra producten in de winkelkar te helpen gooien. Dat was vier jaar geleden. Ondertussen geraakte de directie van Delhaize zodanig voor het project gewonnen dat ze het gaandeweg uitbreidde naar een groter aantal vestigingen.

Tot het afgelopen weekend een geëigend concept van Delhaize werd, met volle ondersteuning van alle departementen, een marketingbudget en een equipe van 160 koks die het tijdens de weekends in 125 Belgische Delhaize-vestigingen allemaal komen voordoen. "Dat zijn geen poppekes van achttien jaar die nog geen patatjes kunnen schillen. Het zijn volwaardige koks", zegt Deraeve. "Ik was al jaren met dat project bezig om mij te amuseren, maar Delhaize heeft er werkelijk een concept van gemaakt, met het vertrouwen van de directie en de ondersteuning van de klanten-, marketing- en informaticadienst."

De naam die Delhaize uiteindelijk aan het concept gaf, Taste It, onderstreept de belangrijkste doelstelling: consumenten de producten effectief laten proeven. Het kooklesje dat ze erbij krijgen en het recept dat in het huisblad van het bedrijf staat, is meegenomen. "Het verschil met productdemonstraties die je wel vaker in winkels ziet, is dat onze koks gewoon hetzelfde doen als de consument thuis", zegt Deraeve. "Hij grijpt zes of zeven producten uit de rekken, zoals de klant thuis een paar ingrediënten uit zijn koelkast haalt om snel een potje van te maken. We leren de consument koken en verkopen de gebruikte producten ook beter."

De warenhuisgroep zag immers ook een stevige commerciële logica achter het project. Een aantal initiële tests wees uit dat de producten die in het kookstandje werden gebruikt drie tot tien keer meer werden verkocht. Deraeve stelt zelf onafhankelijk de recepten op, maar verwacht binnenkort wel wat druk van de producenten. "Daar zal zeker wat input zijn", zegt Deraeve. "Ik denk dat er in de toekomst ook wel wat commerciële afspraken uit zullen komen."

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be


Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbsky.social>

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)