

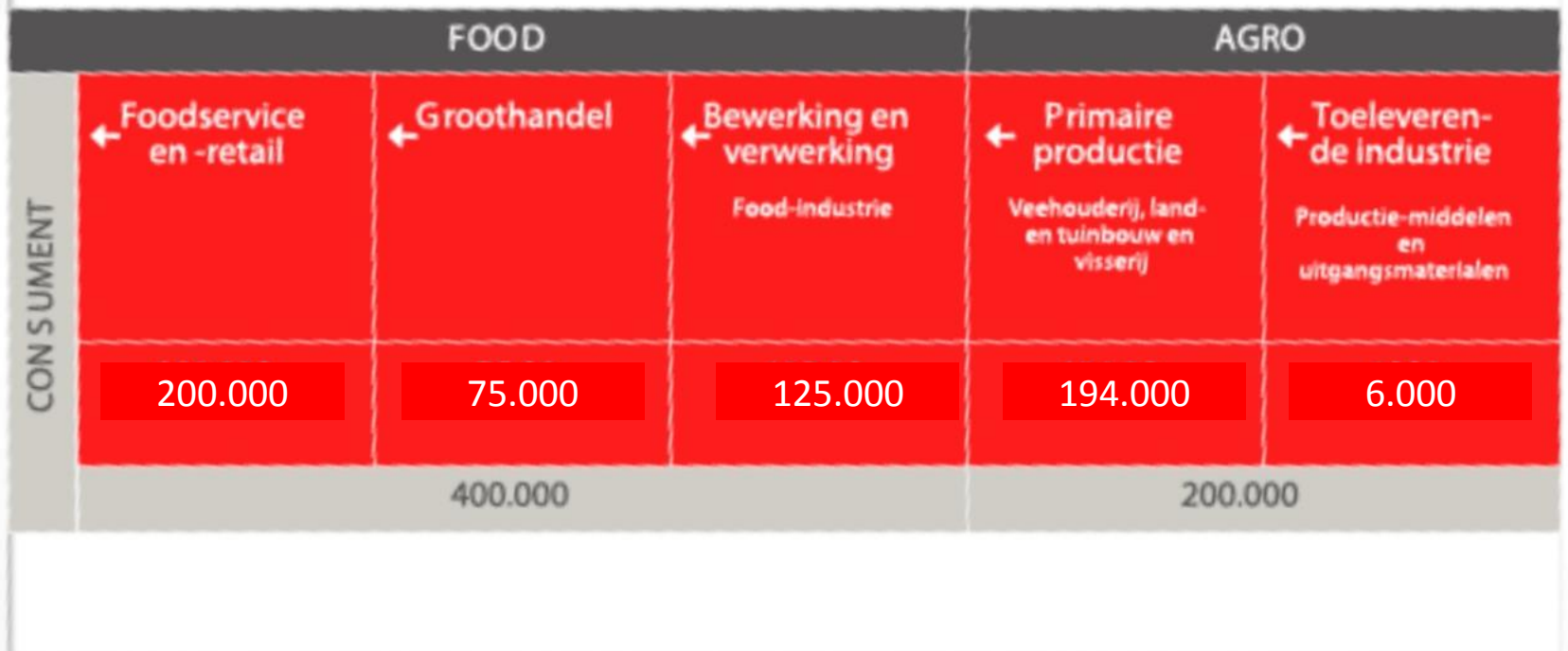
Consumenten in de korte keten



*...de
consument
is ook maar
een mens..*



*...de
consument
is klaar
voor de
korte keten.*



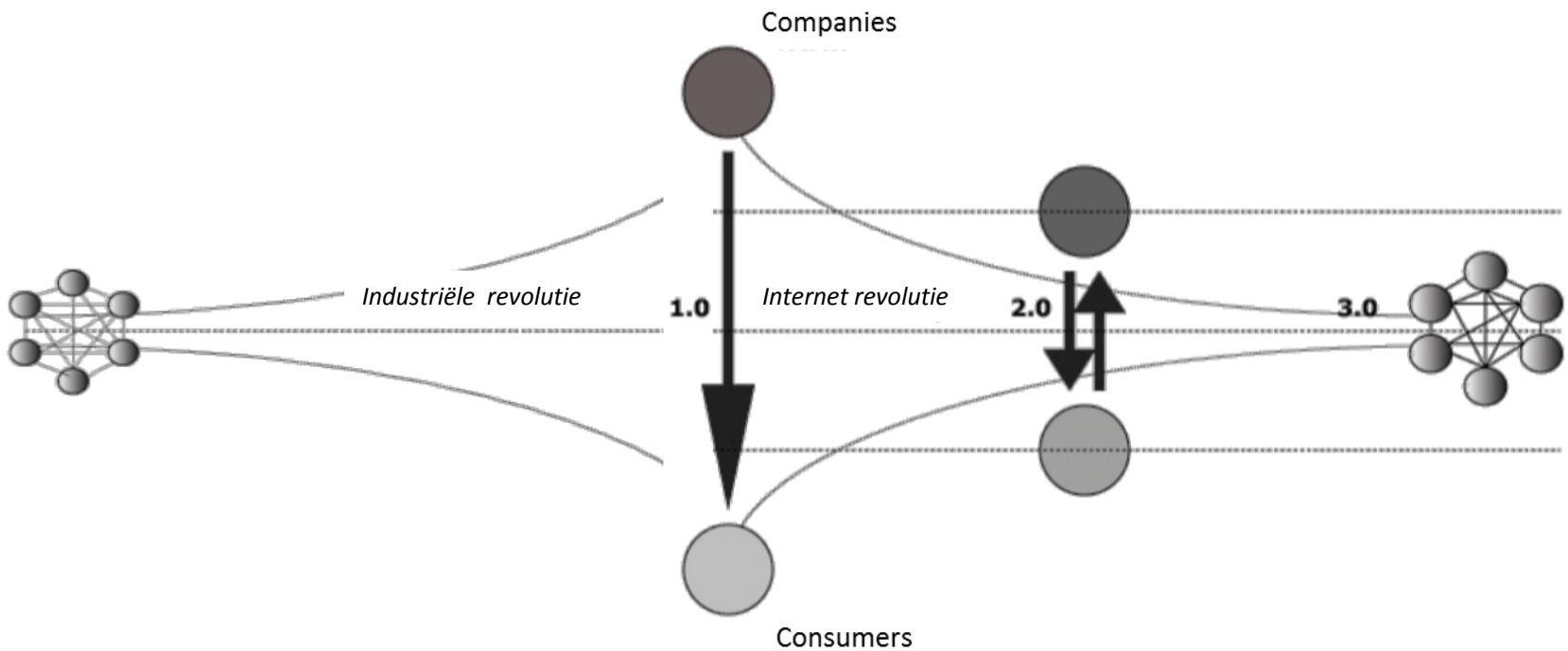
De AgroFood keten van Nederland



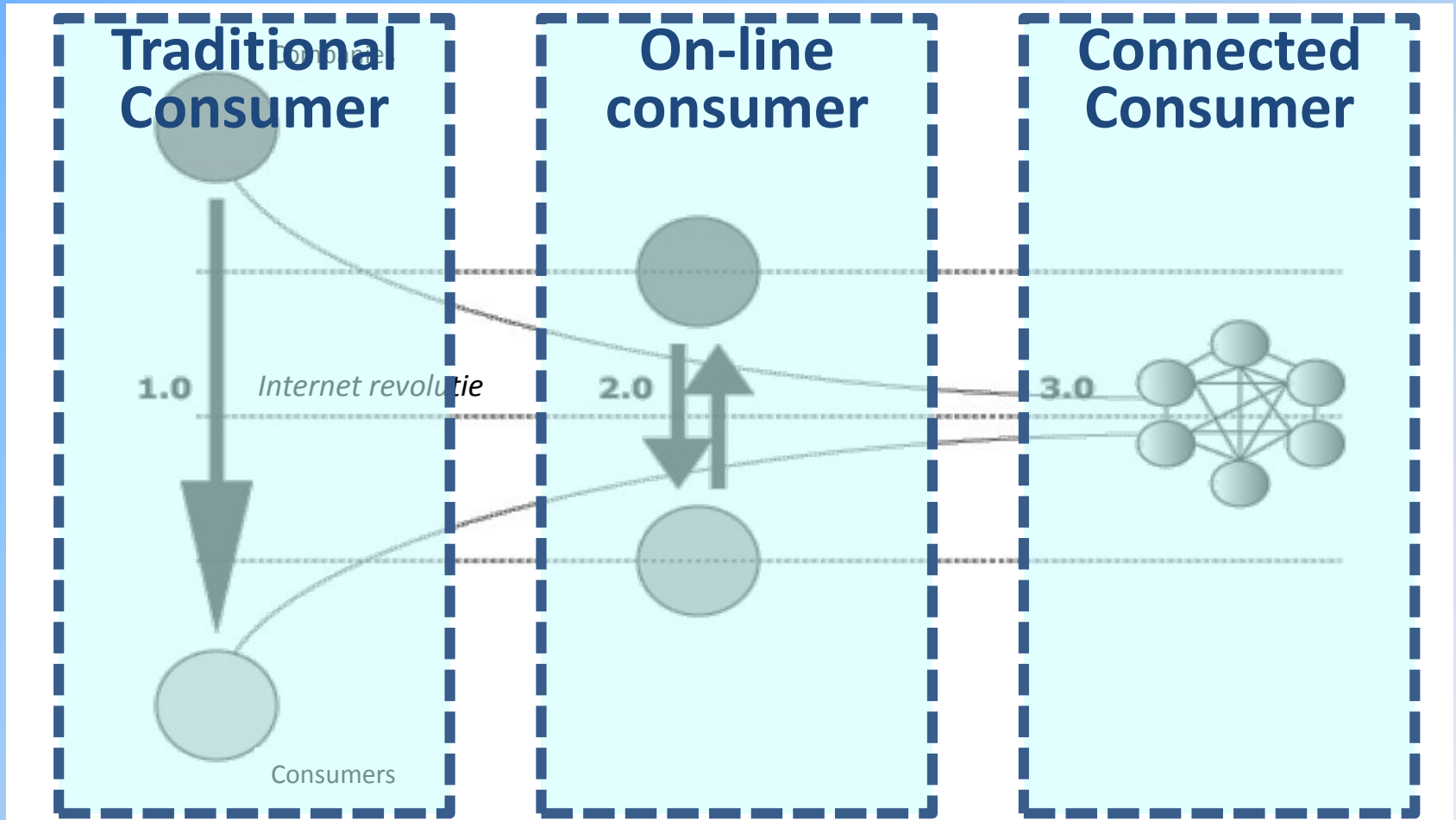
.... TECHNOLOGY SHIFT



COMMUNICATIE VANDAAG EN MORGEN



The rise and power of the connected consumer....





.... consumer in the drivers seat

Ketens en consumenten



- **Controle over je eigen beslissingen**
 - Behoeftte om te willen weten waar je eten vandaan komt
 - Willen weten wat ermee gebeurt is
- **Invloed uitoefenen op het proces**
 - Zelf je keuzes maken (Herenboeren)
 - Behoeftte om iets te doen aan een betere wereld en dan vooral in je eigen omgeving: behoefte aan producten van dichtbij



*veel
consumenten
zijn te lui
voor de korte
keten...*

Burger

Consument

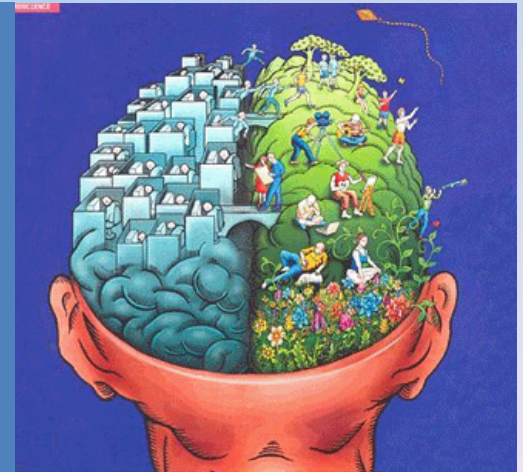


Consumenten & bewuste keuzes...

Onze hersenen maken gebruik van twee informatieverwerkingsroutes: de hoge en lage route.

- De lage route is sneller dan de hoge route, en maakt een voorbewuste emotionele reactie.
- De hogere route zorgt ervoor dat de informatie rationeel wordt verwerkt.

Psychologen weten al een tijdje dat keuzeprocessen meer worden beïnvloed door onbewuste processen dan bewuste processen; 95% van ons denken vindt in het onbewuste plaats.



Consumenten & gewoontegedrag..



Wie gaat de consument verleiden naar een nieuw gedrag?

IMKE VAN GASSELT (Abert Heijn)

Hoe verleid je klanten tot een duurzame keuze?

Waarom is 'duurzaam' zo moeilijk te verkopen, vroeg Van Gassel aan de zaal. Een greep uit de antwoorden: gebrek aan kennis, te hoge prijs, geen tijd, duurzaam is ander product dan regulier, gewoonte, de smaak, niet geloofwaardig, promoties, beschikbaarheid, niet in geïnteresseerd...

Desinteresse

"We staan met 3-0 achter als we met de consument over duurzame producten in gesprek gaan", aldus Van Gassel. "De geloofwaardigheid heeft als gevolg van voedselschandalen enorm ingeboet."

Bovendien leggen consumenten de verantwoordelijkheid voor duurzame producten vooral neer bij bedrijven en de overheid, zo blijkt uit onderzoek van Albert Heijn.

Wat we volgens Van Gassel ook niet moeten onderschatten is dat het belang van duurzaamheid als het gaat om voeding voor consumenten maar heel gemiddeld is. "Energie en witgoed scoren veel hoger."

"Wij hebben de oplossing niet!" Zo begon Imke van Gassel, senior marketing manager Responsible Retailing bij Albert Heijn, de workshop 'Hoe breng je de duurzame boodschap?'

"Ik heb dat vertaald naar 'hoe verleid je de klant tot een duurzame keuze?'

"Een belangrijk inzicht was: 'ego gaat voor eko.'"

Triade-model van Prof. Theo Poiesz

Bij de verklaring, voorspelling en beïnvloeding van gedrag zijn we meestal te optimistisch. We richten ons te snel op de ideale consument (+++). Daardoor schieten veel gedragsmaatregelen hun doel voorbij.

De 3 hoofdoorzaken van gedrag X (werkwoord)

Motivatie
Capaciteit
Gelegenheid

functioneren altijd (= altijd!) als combinatie.

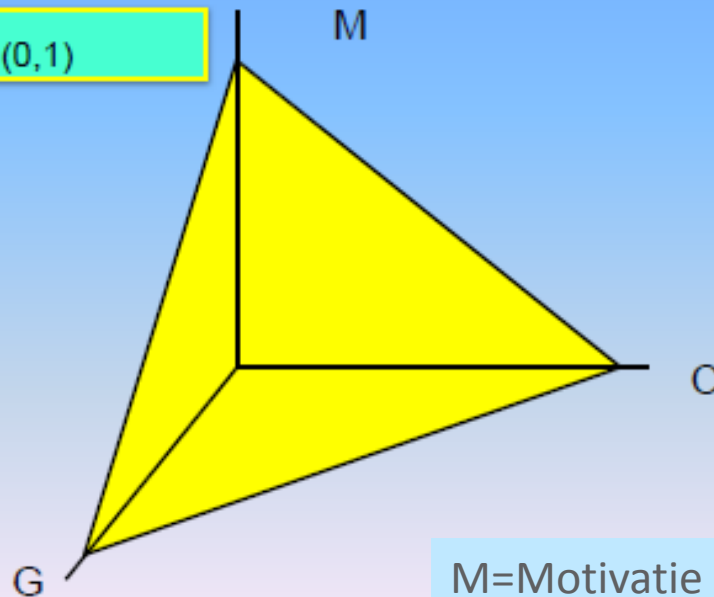
Triade-model van Prof. Theo Poiesz

TRIADE-MODEL; 2

$$T = M \times C \times G \quad (0,1)$$

T staat voor gedrag

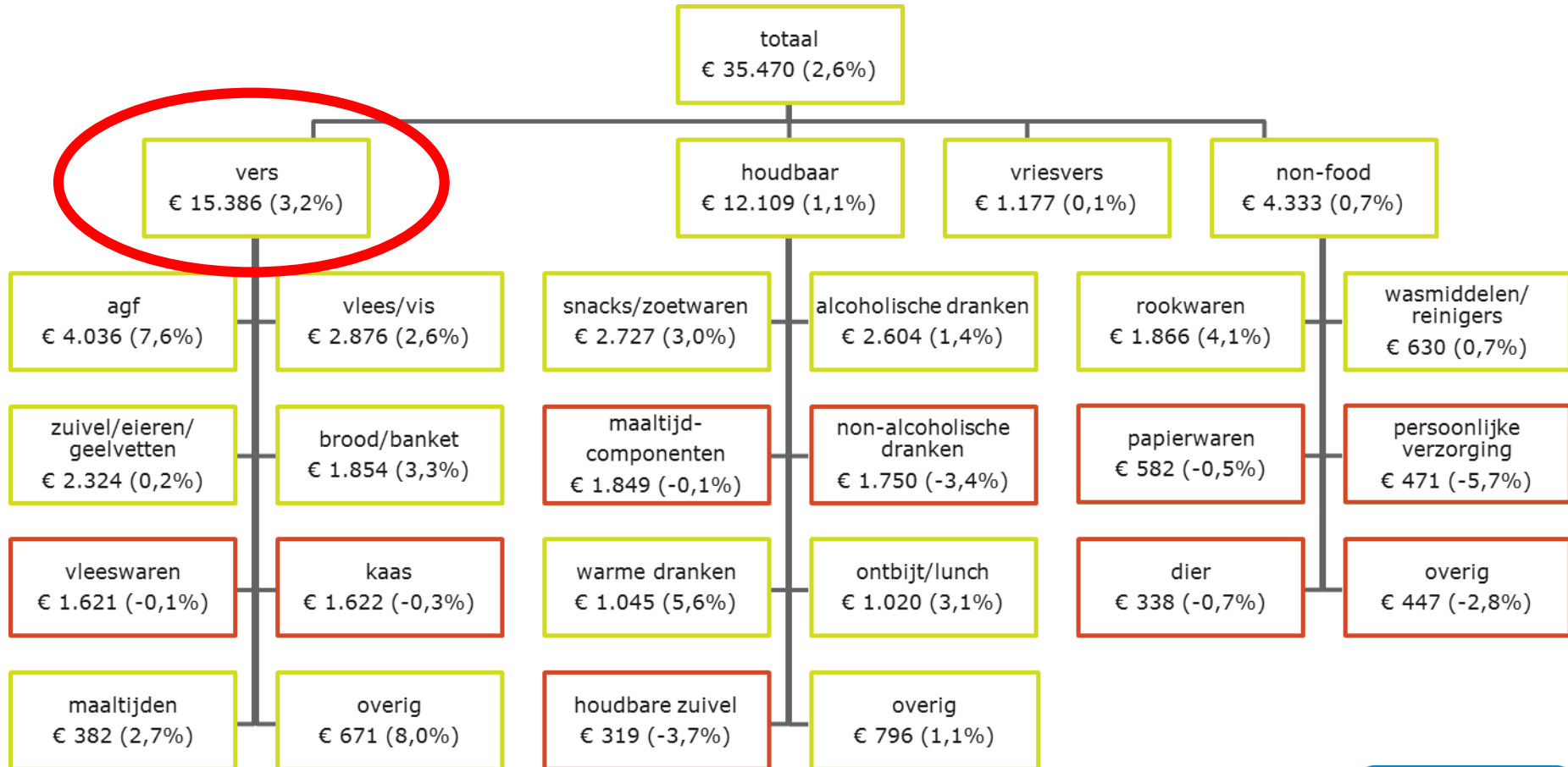
M = 1.0
C = 1.0
G = 1.0



M=Motivatie
C=Capaciteit/ Kennis
G=Gelegenheid/ Beschikbaarheid

**Wie gaat de
consument verleiden
naar nieuw gedrag?**

Vers is hét domein van de supermarkt





#BILLSAYS

“ Food is the next barrier for information technologies. We are just at the beginning of enormous innovation in this space. ”

Source: Seeds &Chips

we bring food and technology together | 11-14 MAY 2016 - MILAN, ITALY | www.seedsandchips.com



AmazonFresh Delivers Groceries and More to Your Door



Grocery



Amazon.com
Items



Neighborhood
Shops &
Restaurants

Check your zip code to see if we deliver to your area:

Enter your zipcode

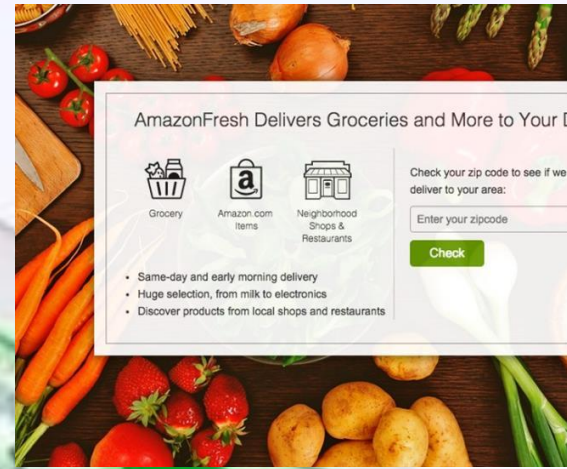
Check

- Same-day and early morning delivery
- Huge selection, from milk to electronics
- Discover products from local shops and restaurants

amazonfresh

amazonfresh.com

POTTERS
 REN & DINING
 KFAST
 LAWN & GARDEN
 OFFICE PRODUCTS
 ARTS & CRAFTS
 VIDEO GAMES
 PRODUCE
 DAIRY
 BREAD
 TOYS & GAMES
 MEAT & SEAFOOD
 FROZEN FOODS
 HOUSEHOLD &



**...of gaat
stadslandbouw
het winnen van
de traditionele
boer?**



Wat nu?



*...de
consument
is ook maar
een mens..*



Ratio

Emotie

**Verleiden is het
nieuwe bewijzen!**

1.

ie
-to-market”



elke dag echt Italiaans

PENNE MET BASILICOSAUS EN KNAPPERIGE COURGETTE
PENNE CON ZUCCHINE FRITTE

Je bent je vingers af bij een echte Italiaanse vegetarische pasta.
Met knapperige courgette bijvoorbeeld. Dit penne recept van
Grand Italia komt er al voordat je het voor het eerst aanproeft.



Vertel het echte verhaal



Distribu



2.



Maak een aantrekkelijke verbinding met de bron

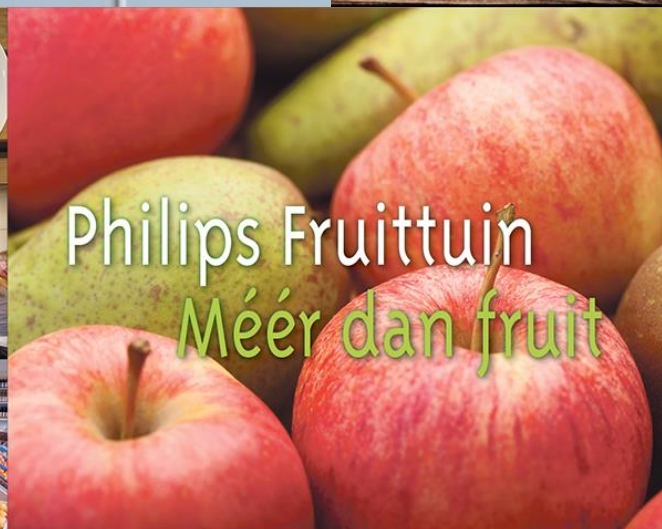
Irish expert:

“I wonder whether or not our Irish farm organisations will ever wake up to the reality that what sells our beef abroad are not our USP’s like fat score, omega-3, or animal welfare but our image of green fields, clean, clear rivers and rolling countryside.”



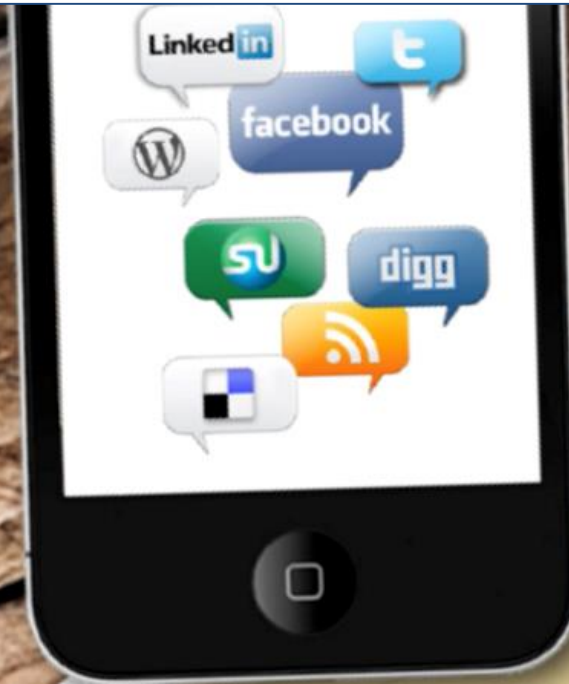
Energie rechtstreeks
vandebron.

Beleef alle bronnen
in schijfje.nl



3.

Innoveer. Zet een nieuwe trend en hou rekening met gewoontegedrag van consumenten...!



Dutch Weedburger

CHANGING
THE WAY WE EAT
ONE BITE
AT A TIME



BOON Food Concepts



4.

Samenwerken

Verleiden is het nieuwe overtuigen

1. Vertel het echte verhaal !
2. Verleid de consument en maak het makkelijk !
3. Zet de trend ...!
4. Doe het niet alleen! Think big!

A decorative sign with a blue floral border on a wooden background. The sign is rectangular with a white background and a blue border featuring stylized flowers and leaves. The text is written in a cursive font.

*De partij met de
beste kennis en
contact met de
eindgebruiker is
de winnaar van
de toekomst...."*

Quote uit marketing-strategie 2011-2013 / Groente- en FruitBureau

A photograph of a wooden pallet with a green grass mat. A yellow sticky note is placed on the pallet, containing the text 'dankjewel' and 'dank·je·wel' with a smiley face. The background is a solid blue color.

dankjewel
dank·je·wel 😊