Gouden Partner 2017

Categorie: Tussendoortjes

Criteria: Rendementsbijdrage & Succes van introducties

Winnaar: Lemar

Het team van Lemar

FOTO: FOTOJACQ

Lemar gaat bewust niet mee in prijsgeweld én groeit

HOEVELAKEN - Vreugde bij Lemar! De distributeur is door de handelspartners beoordeeld als Gouden Partner vanwege Rendementsbijdrage en Succes van introducties. "Voor ons is dat extra bijzonder als je bedenkt dat we werkzaam zijn in een categorie die wordt gedreven door grote A-merkfabrikanten."

Aan het woord is Pieter Priem, marketing & sales director bij Lemar. Hij geeft aan dat het bedrijf sinds 2016 een nieuwe weg is ingeslagen, dat werpt nu zijn vruchten af. De categorie Tussendoor kenmerkt zich door een stijgend promotieaandeel en een dalende omzet- en volumeontwikkeling. "Eat Natural is het merk dat zich op een positieve manier weet te onderscheiden: juist niet meegaan in het prijs- en promotiegeweld, het blijven introduceren van nieuwe varianten die ertoe doen voor consumenten en het vasthouden aan Eat Naturals basisprincipes: heerlijke, zo onbewerkt mogelijke producten maken van simpele en natuurlijke ingrediënten. In onze ogen zijn de repen van Eat Natural nog steeds het enige echte verantwoorde, maar vooral ook lekkere alternatief voor candybars, dat is wat ons onderscheidt. Simple... isn't it?", zegt Priem.

Daar is een toenemend aantal consumenten het mee eens, gezien de gezonde groei van het merk Eat Natural.

Respect

Over de stijgende promotiedruk (+30 procent) in de categorie zegt Priem dat er altijd een gezonde balans gevonden moeten worden tussen reguliere en promotionele verkopen. "Anders komt het rendement onder druk te staan en bestaat het gevaar dat de consument went aan een bepaald prijspeil. Tussendoor heeft een hoog impulsgehalte. Zet daarom meer in op confrontatie in plaats van op veelvuldig afprijzen. Wij weten met onze unieke producten consumenten aan ons te binden. Zij verdiepen zich meer en meer in merken en de daarbij horende producten. Zij weten waar Eat Natural voor staat en daar zijn wij trots op!"

In de samenwerking die Lemar heeft met de supermarktorganisaties spreekt Priem niet over inkoop- of jaargesprekken. "Die gesprekken vinden 365 dagen per jaar plaats. Wederzijds vertrouwen en respect voor elkaars agendapunten zijn daarbij cruciaal. Natuurlijk gaat het in de gesprekken ook over prijs, zolang die maar op een open en eerlijke manier besproken wordt. Uiteindelijk hebben we elkaar nodig om de consument te verleiden", aldus Priem.