



Ondernemer aan het woord Nieuwsbrief Maart 2013 - Gransjean

1. Kun je ons een korte beschrijving van de winkel geven (assortiment, inrichting)?	
	Gransjean Wijnen en Delicatessen behoort tot de kern van de kosmopolische wijk Archipel-Willemspark in Den Haag. In de winkel vindt je een breed assortiment kwalitatief hoogstaande heerlijkheden uit alle windstreken. Naast binnen- en buitenlandse kaas, heerlijke vleeswaren, vers gebakken brood, bonbons, vers gebrande noten en een enorm assortiment delicatessen biedt men een keuze uit meer dan 500 soorten wijn.
2. Wat onderscheid je winkel / aanpak van de rest in de buurt ?	
	<p>Het aantal winkels dat zich hier bevindt is beperkt, maar dankzij de gemotiveerde ondernemers, het vakmanschap en de aandacht die ook door de collega's aan klanten wordt gegeven is het winkelen in deze buurt een feestje.</p> <p>Wat onszelf betreft: wij werken met een team betrokken medewerkers. De sfeer in onze winkel is altijd goed en gezellig. Dat krijgen wij dagelijks te horen van onze klanten. Onze service gaat ver. Een tevreden klant is voor ons alles waard. De kennis over de producten die wij verkopen is groot. Diverse wijn- en kaascursussen hebben mijn medewerkers en ikzelf gedaan. Zelf ga ik er bovendien regelmatig op uit op nieuwe contacten te leggen en nieuwe producten te zoeken. Om inspiratie op te doen. En om de mensen achter de producten te leren kennen. Deze ervaringen deel ik weer met mijn medewerkers en wij met elkaar met de klanten. Zo is het balletje weer rond.</p>
3. Wat is je specialisme?	
<p>"Steeds voor u op zoek naar bijzondere lekkernijen" is onze uitspraak. Dat zou je als specialisme kunnen zien. Wij proberen met ons team in alle productgroepen het neusje van de zalm te vinden. De mooiste wijnen, de beste hammen, lekkerste kaasjes en meer! Voorbeelden zijn de wilde zalm en runderpastrami van Franks' Smokehouse, de worstjes van Brandt en Levie, de geitenkaasjes van Hanneke Koppers, LIVAR vleeswaren, Remekerkaas uit Lunteren maar ook de zelf uit Italië geïmporteerde balsamico's. Én nu natuurlijk de heerlijke visjes, soepen, vinaigrettes, chocolade en meer van Bommels Conserve ;-).</p>	
4. Waar ligt je passie?	
<p>Mijn passie is er niet één. Ik vind dat ik een prachtig beroep heb en vind het een uitdaging steeds weer mooie nieuwe producten te vinden om in mijn winkel te verkopen. Daartoe bezoek ik veel beurzen in binnen- en buitenland en leg veel contacten. Niet alleen met verkopers, maar ook met (veelal kleinschalige) producenten en collega's. Van elkaar kun je veel leren.</p> <p>Ook de juiste combinaties vinden van de wijnen met de overige producten die wij verkopen vind ik een uitdaging. Voor de wijnen heb ik inmiddels veel opleidingen gevolgd in binnen- en buitenland. Het blijft me boeien. Zoveel smaken, zoveel mensen, zoveel wensen. Leuk!</p>	
5. Wie is je doelgroep ofwel welk soort publiek heb je ?	
<p>Mijn doelgroep is iedereen die van lekker eten en drinken houdt. In de praktijk zijn mijn klanten meer dan gemiddeld geïnteresseerd. Koken zij uit de meest trendy kookboeken, vragen om allerlei producten die zij op hun reizen tegen zijn gekomen, zijn lid van kook- en wijnclubs etc.</p>	
6. Welke activiteiten doe je om je klanten te binden?	
<p>Maandelijks stuur ik een mailing naar een vast aantal geïnteresseerde klanten. Daarin schrijf ik de laatste nieuwtjes en laat ik weten wanneer er speciale door ons georganiseerde evenementen zijn.</p> <p>Vaak houden we op zaterdag een speciale proeverij in de winkel. Dat kan een kaasfondue-middag zijn, een</p>	

<p>introductie van nieuwe producten, maar ook een wijnproeverij met een speciaal thema. Eén of twee keer per jaar organiseren wij een grote wijnproeverij waar rond de 100 wijnen open staan en alle importeurs en vaak ook wijnmakers aan meewerken. Dat is voor veel klanten een feestje om naar uit te kijken. En dagelijks staat er natuurlijk van alles te proeven op diverse plekken in de winkel. Nieuwe kaasjes met confitures die daar lekker bij zijn, nieuwe oogst olijfolie met dito brood etc.</p>
<p>7. Kun je ook iets vertellen over de ontwikkeling die je in de afgelopen 15 jaar hebt meegemaakt?</p>
<p>De klanten zijn kritischer geworden. Mede door computergebruik is de wereld steeds kleiner geworden. Iedereen kan alles overal kopen via internet. Niet alleen wij, als ondernemers, maar ook onze klanten. Men is veel meer op de hoogte van de herkomst van producten. Alles kun je makkelijk opzoeken. De manier waarop men boodschappen doet is veranderd. Vaak zoekt men eerst op internet naar dat ene product alvorens men een winkel bezoekt. De "gewone" boodschappen zijn makkelijk in een keer online te bestellen, maar voor andere producten gaat men "shoppen".</p>
<p>8. Wat merk je van de economische crisis? En hoe blijf je die te boven?</p>
<p>Een kantoor dat geen belegde broodjes meer bestelt maar het personeel zelf hun brood laat meenemen, collega's die niet meer met zijn drieën komen maar met twee.... Ja, ook wij merken wel dat het in Nederland niet gaat zoals wij wensen. Wij gaan echter niet om die reden concessies doen aan de kwaliteit van onze producten maar proberen door het bieden van gastvrijheid, vakkennis, service en ons mooie assortiment onze klanten te blijven boeien. En dat lukt aardig. Ook de catering groeit binnen ons bedrijf.</p>
<p>9. Maak je gebruik van Social Media, zo ja welke vormen Twitter, Facebook, Pinterest,?</p>
<p>Ja, van Twitter, Facebook en LinkedIn.</p>
<p>10. Wat is het effect van Social Media op je zaak?</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elke vorm van Social Media heeft een andere impact. Door twitter heb ik kennis gemaakt met veel (veelal kleine of startende) ondernemers die mooie producten maken of verkopen. Uit binnen- en buitenland. Veel van die producten pronken nu ook in mijn winkel. ▪ Ook twitter ik als ik weer een nieuw leuk of lekker product heb kunnen inkopen. Dat genereert klanten, maar ook interesse van collega's in het land. ▪ Via Facebook kondig ik evenementen aan en deel foto's van en info over nieuwe producten. ▪ Via beide media deel ik mijn blog over producten of leuke dingen die ik heb meegemaakt. Thuis, in de winkel of op een van mijn reizen.
<p>11. Welke boodschap zou je aan je mede collega's willen geven?</p>
<p>Blijf niet altijd achter de toonbank staan maar kijk om je heen. Dat kan "life", maar ook via Social Media. Er gebeurt zoveel! Er is zoveel te delen. Samenwerken is een heel goed woord!</p>
<p>12. Waarin is Bommels Conserven onderscheidend t.o.v. andere importeurs / groothandels?</p>
<p>Langzaam maar zeker sprokkelen zij prachtige producten bij elkaar. Als ik in het buitenland een beurs bezoek en ik zie interessante producten dan blijkt dat zij het even later in het assortiment hebben. Ze hebben dus smaak en oog voor mooie producten. Een voorbeeld daarvan zijn de producten van Piment d'Espelette (Biper Gorri).</p> <p>Ook onderscheidend vind ik de manier waarop zij werken. Een goede begeleiding (adviezen en demo's) en niet de ondernemer volstoppen met potjes en blikjes maar kleinere hoeveelheden uitleveren.</p>
<p>13. Wat kan Bommels Conserven verbeteren?</p>
<p>Ik denk niet dat ik daar iets over hoeft te zeggen. Zij zijn daar zelf steeds mee bezig heb ik gemerkt. Ze staan open voor commentaar, negatief of positief. Dat is mooi. Van elkaar leren.</p>