

CARREFOUR MARKET ZELE BESTE VAN DE KLAS

WINNAAR RETAIL AWARDS ZET IN OP MODERNITEIT, KLANTVRIENDELIJKHEID EN VERSHEID

Sofie Van Brussel, haar man Nico Dewaele en het team van Market Zele zijn de trotse winnaars van de recente Retail Awards. Het jonge koppel won in de categorie 'klantvriendelijkste Belgische kleinhandel/buurtwinkel/minimarkets food'. De Retail Awards, 11 in totaal, vormen een vast onderdeel van de Hospitality Awards, en werden eind 2014 uitgereikt in San Marco Village in Schelle.

Dimitri Van Moerkercke

RETAIL AWARDS

De Retail Awards werden in het leven geroepen als steun aan de sector die, aldus de initiatiefnemers, meer hulp, bijstand en aandacht verdient. Niet alleen om aan te dringen op steunmaatregelen van overheidswege en officiële instanties, maar voornamelijk door de retailsector zelf. De awards worden volgens organisator Excellence Events gezien als de 'Oscars' van de kleine zelfstandigen. De wedstrijd legt de focus op de klantvriendelijkheid van de deelnemende zaken, die getoetst wordt aan de hand van mysteryshoppers. Het doel is de algemene kwaliteit in de sector te bestendigen en eventueel zelfs te verbeteren. De formule heeft een sociaal draagvlak. De wedstrijd is een hulpmiddel om de kleine middenstander en retailers een hart onder de riem te steken. Het levert een stroom van positieve, helpende reacties op voor iedere zelfstandige handelaar.

VAN VERBOUWING TOT WINST

Market Zele is gelegen op de markt in Zele. Nico heeft ervaring opgedaan in andere marktfilialen, een goede leerschool dus om de knepen van het vak te leren. Sofie was eerst als bediende actief in andere sectoren. Ze ging vervolgens bij Nico van start in de zaak en beiden vonden elkaar uiteindelijk niet alleen op relationeel, maar ook op professioneel vlak: drie jaar geleden waagden ze de stap en werden ze eigenaar van de zaak in Zele.



Nico Dewaele en Sofie Van Brussel namen drie jaar geleden Market Zele over

Na die eerste paar jaar als nieuwe eigenaars nam het koppel de belangrijkste en meteen ook meest risicovolle financiële beslissing voor de toekomst van hun zaak. Alles moest gerenoveerd worden.

"En met alles bedoelden we ook echt alles, de zaak was té verou-

derd. Enkel de muren, het plafond en de vloer bleven gespaard. Maar al de rest werd vernieuwd. En dat gebeurde in fasen, tussen februari en april 2014. We hebben de zaak nooit dichtgedaan. Uiteindelijk, op 8 april 2014, konden we onze nieuwe zaak officieel heropenen", vertelt

Nico. "Het was de eerste keer dat we ons voor de awards hadden ingeschreven", vertelt Sofie. "Om in aanmerking te komen voor de award, moesten we na het bezoek van de mysteryshoppers een minimumscore halen van 8 op 10.

Binnen onze categorie waren dat finaal nog 23 zaken (120 in totaal voor alle categorieën, n.v.d.r.). Het was voor ons echt een verrassing dat we daar als winnaars zijn uitgekomen."

TROEVEN

In de winkel staat vers centraal. Gecombineerd met een menselijke, warme aanpak met aandacht voor de bekommernissen en verwachtingen van de klanten en een modern interieur. Dit zijn de belangrijkste pijlers waarop de zaak steunt, en de belangrijkste redenen ook waarom de award werd binnengehaald.



Market Zele kiest bewust ook voor producten uit de eigen regio



De vernieuwde zaak biedt onder andere een ruim assortiment aan van biologische producten



Market Zele staat vooral bekend om zijn ruime assortiment van verse voeding en koude buffetten. De verstoog in bediening is dan ook het paradepaardje van de winkel



Kaas- en vleeschotels worden inhouse gemaakt

Vers

Market Zele staat vooral bekend om zijn ruime assortiment van verse voeding en koude buffetten, zowel voor kaas als voor vlees. De verstoog in bediening is dan ook het paradepaardje van de winkel. Kaas- en vleeschotels worden inhouse gemaakt, en kunnen in de winkel zelf worden opgehaald of door de werknemers tot bij de klanten worden gebracht, zowel privé als bedrijven en scholen. "We leveren niet alleen schotels," verduidelijkt Nico, "maar evenzeer gewone broodjes tot zover als Lokeren, Overmere, Berlare en Stekene."

De lijst van broodjes is vergelijkbaar met die van een gespecialiseerde zaak. Bij Market Zele heb je keuze uit een 70-tal verschillende broodjes, een 7-tal panini's, en kun je zelfs een dagsoep meenemen. Market Zele levert ook broodjes aan bedrijven tijdens meetings: verrassingsbroden, mini-assortimenten, vergaderbroodjes, tapasborden ... Ze worden à la minute aangemaakt, kraakvers. Daarnaast biedt de vernieuwde zaak onder andere een ruim assortiment van bio-, vis- en dieetvoeding aan (zowel gluten- als lactosevrij), alsook voeding uit andere landen zoals Mexico, Amerika, Nederland, Thailand enz. en ook een ruim vegetarisch aanbod.

Klantvriendelijk

In een rustig dorpje als Zele kent iedereen werkelijk iedereen. "We hebben een redelijk oud publiek dat graag ook eens een praatje slaat", verduidelijkt Nico. "Ze komen niet alleen winkelen, maar ook even over hun zorgen praten. Sommige van onze werknemers werken hier ook al langer dan wij en kennen die mensen door en door. Ze weten zelfs hoe dik of dun een bepaalde klant zijn

je hebt het ons gevraagd	we hebben het gedaan
meer bereide gerechten	meer differentiatie aanbod vlees
meer slijmproducten	afdeling met producten uit uw regio
meer keuze in de afdeling	grotere aanbod aan verse vis
samenbrengen buro-afdeling	overzichtelijke voorsmarkt
meer moderniteit	compleet vernieuwd
aanpassen verlichting	moderne LED-verlichting
regimeerde slagerij	groot assortiment in bediening
gebrek aan overzicht	meer overzicht door lage meubels

Klanten geven hun geld niet alleen uit, ze krijgen ook inspraak

schelletjes salami wil of wat de kleinzoon van iemand anders gaat studeren. Er heerst hier zeker een bepaalde dorpsmentaliteit, en daar spelen wij ook op in. We proberen onze klanten te kennen om vervolgens op hun noden te kunnen inspelen."

Workshops

Maar Sofie en Nico doen meer dan dat. Om aan klantenbinding te doen, organiseren ze op zondagochtenden regelmatig ook workshops zoals pannenkoeken bakken, tekenwedstrijden voor kinderen of het samenstellen van ontbijtmanden voor bijvoorbeeld Moederdag.

Inspraak via klantenpanel

Klanten geven hun geld niet alleen uit, ze krijgen ook inspraak. "Voor de vernieuwing

van onze zaak bijvoorbeeld werd er een klantenpanel samengesteld om de gaten in ons aanbod vast te stellen. Daaruit bleek onder andere dat de wachtrijen aan de kassa en de charcuterie te lang waren. Dat hebben we verholpen door extra personeel aan te nemen, een nieuw kassasysteem te installeren, en zelfs door onze medewerkers een opleiding in klantvriendelijkheid en -doorstroming aan de kassa's te doen volgen. Die coachingslessen maakten hen ook duidelijk hoe ze de wachtrijen sneller kunnen oplossen, wanneer een extra kassa moet worden geopend enz." Vandaag heeft de winkel zelfs twee in- en uitgangen.

Teammentaliteit

Het resultaat van al die inspanningen is een groep van mede-

werkers die goed aan elkaar hangen, elkaar helpen waar nodig, en graag komen werken. "Ook wij springen in waar dat nodig is", verduidelijkt het koppel. "Tijdens de werkuren zijn wij deel van de groep. We staan niet boven, maar tussen ons personeel."

Ondanks de opening in Lokeren in mei 2014 van de grootste Albert Heijn zaak in België stijgt de omzet van Market Zele. "Niet spectaculair, maar in het licht van de opening van die Albert Heijn toch voldoende om tevreden te zijn", aldus Sofie.

PROMOTIE

Market Zele heeft geen website, maar ze besteden er wel veel aandacht aan hun Facebook pagina. Elke dag wordt er wel iets gepost: de aankondiging van een nieuw aanbod (zoals insectenhamburgers!), een rayon in de kijker (vegetarisch, landgebonden ...), stuntprijzen, tips bij het koken van een bepaald gerecht of gewoon filmpjes en foto's van lekkere schotels. De pagina heeft maar liefst 882 volgers, niet min voor een retailzaak in een klein dorp zoals Zele. Daarnaast maakt het koppel ook reclamefolders: naast een klassieke Carrefour folder wordt er ook tweewekelijks een eigen folder gemaakt. Daarin wordt voornamelijk de nadruk gelegd op de versartikelen. Alle inwoners van Zele krijgen die in de bus. "Op termijn willen we misschien wel een tweede zaak openen, maar we zullen zeker niet te hard van stapel lopen. We willen nu eerst onze investeringen terugverdienen, en geloven ook hard dat alle vernieuwingen die we gedaan hebben, en het ruime aanbod dat we aanbieden, daarvoor zullen zorgen", besluit Nico. □

Carrefour Market Zele in het kort

- Naam: Market Zele
- Managers: Sofie Van Brussel en Nico Dewaele
- Locatie: Markt 17, Zele
- Winkeloppervlakte: 1.330 m²
- Openingsuren: 8 - 19 u. (ma - zat); 8.30 u. - 12.30 u. (zo)
- Personeel: 17 vaste medewerkers, 10 jobstudenten, 4 uitzendkrachten
- Gemiddelde kassaticketprijs: tussen 18 en 19 euro per korf
- Aantal bezoekers: 1.250 à 1.300 per dag