

# Bijdragen aan een **gezonde keuze** met behoud van omzet en marge



Tips en adviezen  
voor meer gezonde  
impulsen in de supermarkt



# Gezonde productverkoop stimuleren

Nederland wordt steeds zwaarder en ongezonder, waar ons eetgedrag een belangrijke rol in speelt. Als supermarkt heeft u veel invloed op wat mensen consumeren, en is het dus ook essentieel dat u helpt om deze trend tegen te gaan. Daarnaast vinden klanten gezondheid ook steeds belangrijker, en waarderen ze het als de gezonde keuze makkelijker wordt gemaakt. Dit hoeft niet ten koste te gaan van marge, omzet of prijsperceptie, en kan zelfs leiden tot positieve publiciteit en extra klanten trekken, met meer omzet tot gevolg!

Met dit overzicht willen wij inspiratie en tips geven over wat u als supermarktondernemer of -manager kan doen om klanten een handje te helpen, en gezonde productverkoop te stimuleren. Dit kan met bekende marketingmethoden, zoals:



# Welke producten zijn gezond?

Om u te helpen geven we hieronder voorbeelden van gezonde producten in verschillende productgroepen. Staat een product(groep) hier niet tussen? Dan is het waarschijnlijk ongezond. Voor meer details raden we het overzicht van [het Voedingscentrum](#) aan. Wat goed verkoopt verschilt natuurlijk per marktgebied en marketingmethode. Experimenteer om te vinden wat werkt!



## GROENTEN EN FRUIT

verse/gesneden/  
diepvries groenten en fruit  
zonder toevoegingen



## GRAANPRODUCTEN

Volkorenbrood/bruinbrood/  
crackers/pasta, havermout  
of -vlokken, muesli met  
noten/zaden, zilvervliesrijst.  
'Vezels voor ieder moment  
van de dag'



## ZUIVEL

Ongezoete, magere, en halfvolle  
zuivelproducten, ongezoete  
plantaardige producten met toe-  
gevoegde vitamines en mineralen.  
Voedzame eiwitbronnen voor  
ontbijt en lunch.



## DRANKEN (WARM/KOUD)

Thee, filterkoffie, en plat en  
bruisend water (evt. met  
smaakje)



## VIS

Verse, diepgevroren,  
ingeblikte en gepaneerde  
vis (met >70% vis). Een  
goed alternatief voor vlees  
in de avond



## NOTEN

Alle ongezoeten noten en  
pinda's, 100% pindakaas en  
andere noten- en zadenpasta's.  
Als snack, of op brood



## PEULVRUCHTEN

Gedroogde peulvruchten en  
peulvruchten in blik met weinig  
zout (maximaal 0,3 gram  
zout per 100 gram). Lekker  
in soep, salades, of exotische  
gerechten

💡 Op de volgende pagina's geven wij een aantal tips over het gebruik van deze marketingmethoden voor gezonde producten. Deze kunnen lokaal, vanuit de winkel worden georganiseerd, of centraal vanuit het hoofdkantoor.

# 1. Prijs

## UITLEG

- ✔ Prijs is natuurlijk een bekende draaiknop in de winkel. Maar vaak wordt deze vooral gebruikt voor de traditionele producten waar het succes van bekend is. Deze zijn meestal niet gezond. Experimenteer eens met kortingsacties voor gezonde producten!

## TIPS

- ❗ Kortingen op gezonde producten zijn een goede manier om de winkel positief op de kaart te zetten bij klanten. Eten is duur, en gezond eten al helemaal. Benader dit niet alleen als een verkoopstrategie, maar ook als manier om klanttevredenheid te verhogen.



# 2. Plaats

## UITLEG

- ✔ De kracht van second placement heeft zich bewezen in winkels. Tot nu toe wordt dit meestal met ongezonde producten gedaan. Maar ook genoeg gezonde producten zijn interessant als impulsverkoop, of in combinatie met een ander product. Houd hierbij in gedachten dat non-food producten ook heel 'gezond' zijn, er hoeft niet altijd eten bij een impulsplek te liggen!

## TIPS

- ❗ Welke producten hier goed werken verschilt per winkel. Naar onze ervaring doen noten (doppinda's), notenmixen (e.g., elitehaver), en gezonde crackers (rijstwafels, volkoren crackers) het goed op impulsplekken. Andere opties zijn 'snack' fruit (appels, bananen, etc.), of non-food.
- ❗ Ondernemers rapporteren dat klanten (vooral ouders) het vaak waarderen als impulsplekken gezonder worden gemaakt.
- ❗ Voor combinatieverkoop zijn er talloze mogelijkheden: denk aan een koeling met hummus en komkommers bij het bruinbrood, of een toonbankmeubel met vis en groenten in de koeling en peulvruchten en volkorenpasta erbovenop.
- ❗ Veel van de gezondere producten die wij voorstellen hebben vergelijkbare, of soms betere, winstmarges vergeleken met ongezonde alternatieven. Doe hier uw voordeel mee en maak optimaal gebruik van de impulsverkoop!



# 3. Product



## TIPS

- ! Samenwerking met lokale producenten, zoals boeren, bakkers, en telers zijn mooie manieren om binding met de lokale gemeenschap te versterken, en gezonde en populaire producten aan te bieden.

## UITLEG

- ✔ Breng meer gezonde producten in het assortiment. Faseer ongezonde producten uit het assortiment, of vervang ze door gezondere alternatieven. Het productaanbod wordt natuurlijk vaak al centraal bepaald. Desondanks hebben veel supermarkten de mogelijkheid om lokale producten aan te bieden, en veel van deze producten zijn gezond (e.g., kersen, asperges, aardbeien, brood), en populair onder de klanten!

# 4. Communicatie

## UITLEG

- ✔ Je kunt de gebruikelijke labels, banners posters, beurtbalkjes en dergelijken ook eens richten op gezonde producten. Neem hierbij ook de ruimte om dit duidelijk naar klanten te communiceren ('wij helpen u de gezonde keuze te maken').

## TIPS

- ! Niet zeker welke producten een label moeten krijgen? Het overzicht op pagina 1 is een goed begin. De Schijf van Vijf (zie website Voedingscentrum) geeft meer details.
- ! De communicatie over gezonde producten hoeft niet altijd over 'gezondheid' te gaan. Klanten reageren ook goed op kreten als 'lekker', 'gemak', of 'populair', en andere positieve eigenschappen.



# 5. Promotie

## UITLEG

- ✔ Grote acties worden meestal centraal gepland, maar er is ruimte voor lokale activiteiten! Een kleine proeverij met nieuw assortiment, of lokale seizoen producten laat de klant proeven hoe lekker gezond kan zijn!

## TIPS

- ! Een proeverij hoeft niet groot of ingewikkeld te zijn, de kracht van veel gezonde producten is dat je ze direct kunt eten! Denk bijvoorbeeld aan fruit, groente, en gezonde dips zoals hummus.
- ! Zo'n eenvoudig proeverij kan gewoon door het personeel worden klaargezet, en heeft zichzelf dan ook zo weer terugverdiend!
- ! Diëtisten zijn vaak ook bereid om advies te geven in de winkel, als manier om klanten te werven. Dit geeft mogelijkheden voor samenwerking, waarbij de diëtist bijvoorbeeld de proeverij runt, en daarnaast voedingsadvies geeft.
- ! De proeverij kan ook mooi gecombineerd worden met gezonde lokale producten!



## Contact

Cédric Middel

(c.n.h.middel@amsterdamumc.nl)

Joreintje Mackenbach

(j.mackenbach@amsterdamumc.nl)