

Gouden Partner 2010

Categorie: Diervoeding

Criterium: Meedenken op niveau assortimentsgroep

Winnaar: Nestlé Purina PetCare



FOTO: TOPSHOTS

Saskia van Ieperen, Manon Steenbergen, Jos van Gorkum en Sanneke Vesseur.

‘Diervoeding is een categorie om in te investeren!’

ZWIJNDRECHT - Menig retailer ziet Nestlé Purina PetCare als de category captain voor Diervoeding. Dat blijkt ook uit het winnen van een Gouden Partner. Manon Steenbergen van NPPC: “Wij zijn zeer verheugd met deze prijs en danken de retail voor de waardering van ons werk.”



Steenbergen geeft aan dat NPPC in zijn visie het belang van de totale categorie Diervoeding voorop heeft staan. “In het advies naar de handel over diervoeding vinden wij het belangrijk om een zo objectief mogelijk beeld te schetsen van de categorie. Ons doel is immers om de categorie te laten groeien en dat kan alleen middels een goede samenwerking met de retail.” Juist nu de marktgroei op basis van prijsstijgingen nihil is, is het belangrijk om waarde in de categorie te creëren, stelt Steenbergen. “Het waardevoller maken van de productmix op basis van een lange termijnstrategie is daarom ‘key’. A-merkfabrikanten kunnen vooral nu hun toegevoeg-

de waarde laten zien die ze hebben gebaseerd op kennis, innovatie en niet te vergeten een visie!” NPPC investeert hier fors in en houdt daarbij de laatste trends in de gaten. “Consumenten zijn meer en meer op zoek naar hoogwaardige voeding afgewisseld met dagelijkse kleine verwenningen. Niet alleen voor zichzelf maar ook voor hun huisdier.”

Gezinnen met kinderen

Soms wordt Diervoeding nog niet helemaal op waarde geschat, vindt Steenbergen. “Mensen die diervoeding kopen besteden dan ook meer dan gemiddeld bij hun bezoek aan de supermarkt over alle categorieën heen. Daarbij staat ‘zorgen voor’ bij huisdieren voorop, wat inhoudt dat net - als bij kinderen - de aankopen zeer emotioneel gedreven zijn. Op een huisdier wil je niet bezuinigen, sterker nog: je wilt alleen het beste voor jouw dier. De diervoeding-categorie verdient mijns inziens daarom ook meer aandacht bij de retailer. Het is een categorie om in te investeren!”

Suzanne 't Hooft

Jumbo

“Nestlé Purina is bij Jumbo category captain”, zegt Suzanne 't Hooft, category manager van Jumbo. “Ze lopen als A-merk voorop met innovatieve concepten.” 't Hooft is dan ook erg tevreden over de samenwerking met de leverancier van diervoeding. “We werken nauw samen en denken na over de visie op het assortiment. Daaruit maken we onze gezamenlijke plannen op.” Ook de buitendienstmedewerkers van Nestlé Purina doen volgens haar een duit in het zakje. “Zij denken mee over de presentatie vanuit het schap op de winkelvloer. De wisselwerking tussen ons is zeer positief te noemen.”

“

Nestlé Purina denkt mee over de presentatie vanuit het schap op de winkelvloer

”