



“ Productinformatie werkt efficiënter als ze is afgestemd op de noden van je klanten ”



WAT IS HET DOEL VAN PRODUCTINFORMATIE?

Productinformatie is alle informatie die beschikbaar is over je producten en die de aankoopbeslissing van je klant ondersteunt. Allen hebben tot doel om je klant vóór zijn aankoop te informeren over het product, en hem ervan te overtuigen dat jouw vishandel de geknippede leverancier is. **Je product is de reden waarom je klant bij je langs komt.** Meer dan ooit is de consument bezorgd om zijn gezondheid en stelt hij zich vragen over zijn voedsel. Als vishandelaar kan je daar in je informatieverstrekking handig op inspelen,

en **zo je relatie** - als specialist terzake - **met je klant versterken**. De huidige voedingstrends zijn 'genieten, gemak en gezondheid'. Afhankelijk van het type consument en/of het moment zal je klant er in mindere of meerdere mate gevoelig voor zijn, bv. Omega 3 (gezondheid), je lekker laten verwennen door een feestelijke schotel (genieten), of binnenspringen voor een vislasagne (gemak). Speel hierop in met je productinformatie en -assortiment.



WEL DOEN!

- **Zorg ervoor dat je productinformatie is afgestemd op de noden van je klanten** bv. jonge gezinnen met kinderen & vis als leverancier van Omega 3.
- Geef een duidelijke briefing aan je winkelpersoneel. Zij zijn de aangewezen personen om je klanten productinformatie te geven.
- Bundel je productinfo in een informatieve folder en pas je website regelmatig aan met nieuwe info en producten.
- Maak gebruik van een scherm of bord in je winkel voor bijkomende informatie.
- Ook prijs- en naamkaartjes horen onder de noemer 'productinformatie'.



BETER NIET DOEN

- Vreemde of onduidelijke naamgeving van je producten. Zorg er bv. voor dat de naam van een bereiding voldoende productinformatie bevat.
- Onverzorgd (online) fotoboek met gerealiseerde schotels of buffetten.
- Overdaad aan informatie geven.
- Productaanbod laten stagneren.
- Niet inspelen op voedingstrends.
- Overdrijven.
- Niet voldoende afwisselen.



TIPS

- Producten van de vishandel worden door de klanten als verser en smakelijker beoordeeld dan producten uit de supermarkt. Profiteer van deze perceptie en gebruik beide woorden regelmatig in je communicatie. Bv. Aanrader! Dagverse schelvis boordevol smaak.
- Geef ook info over bewaring en vervoer. Je klanten beschouwen dit als een extra service.
- **Enkele vuistregels:** – Je productinfo moet direct waarneembaar zijn en in het oog springen. – Overdaad schaadt. Houd de boodschap liever beperkt, en wissel eens wat meer af.

- Zorg ervoor dat je info deskundig, betrouwbaar en aantrekkelijk overkomt bij je klanten. Houd hierbij rekening met je huisstijl.
- Kijk er op toe dat je informatie op elkaar is afgestemd en één geheel vormt.
- **Geheugensteuntje:** Maak voor je medewerkers een lijstje aan de kassa waarop de producten met hun ingrediënten en eventuele verkoopsuggesties staan vermeld. Het is een ideaal geheugensteuntje als je met wisselend (weekend)personeel werkt.