

**WAARIN MAAKT ONZE
CATEGORIEVISIE AANPAK
HET VERSCHIL?**





ONTWIKKELING CATEGORIEVISIE

VOORBEREIDING



STAP
1

- A** PROCES & PLANNING
- B** AMBITIES & DRIJVEREN
- C** INZICHTEN & ONDERZOEK

VISIEVORMING



STAP
2

- D** VISIE & VALIDATIE
- E** COMMUNICATIE & FLOW
- F** INSPIREREN & DOORVERTALEN

VISIEDOCUMENT



STAP
3

- G** DESIGN & VISUALISATIE
- H** CREATIE & ONDERSTEUNING
- I** TRAINEN & ACTIVEREN

IMPLEMENTATIE



STAP
4

- J** PRESENTEREN & DELEN
- K** EVALUEREN & OPVOLGEN
- L** ACTUALISEREN & VERDIEPEN



WAARIN MAAKT ONZE CATEGORIEVISIE AANPAK HET **VERSCHIL?**

VOORBEREIDING



VISIEVORMING



VISIEDOCUMENT



IMPLEMENTATIE



FACILITEREN WAAR GEWENST...

We kunnen ondersteunen of aanhaken op ieder gewenst moment om in co-creatie een heldere en relevante visie te realiseren

...OF ONTZORGEN VAN A TOT Z



We kunnen volledig ontzorgen in het ontwikkelen van de visie, van visievorming tot en met het implementeren van de visie

INTERN GOED ORGANISEREN

We zorgen dat ambities en drijfveren, zowel intern als extern, goed boven water komen en zorgen voor een heldere taakverdeling

INHOUDELIJK STERK VISIEVERHAAL

We schrijven een communicatief sterke & gevalideerde visie met pakkende thematiek & onderscheidende groeidrijvers

CREATIEF VERRASSEND PRESENTATIEMATERIALEN

We creëren routinedoorbrekende presentaties, impactvolle visuele impressies & interactieve ondersteunende middelen, zoals video en VR

EXTERN IMPACTVOL PRESENTEREN

We ontwikkelen professionele tools en organiseren en faciliteren handelsevents om de visie op een waardevolle manier te presenteren

ANALYSEWERK UIT HANDEN NEMEN

We analyseren & rubriceren alle bestaande relevante inzichten en begeleiden waar nodig aanvullend onderzoek

CONCRETE & INSPIRATIEVOLLE DOORVERTALING

We ontwikkelen ideeën voor concrete invulling met een juiste balans in korte termijn actie en lange termijn dromen

PRAKTIJKGERICHT INTRAINEN

We verzorgen trainingen om het visieverhaal eigen te maken, pushback te voorzien en enthousiasme te vergroten

VISIE ALS JAARROND WERKWIJZE

We ondersteunen bij het jaarrond uitdragen van de visie als basis voor alle commerciële inspanningen



STAP 1: **VOORBEREIDING** PROCES & PLANNING

VOORBEREIDING



A

PROCES & PLANNING

B

AMBITIES & DRIJFVEREN

C

INZICHTEN & ONDERZOEK

We inventariseren de wensen van de klant en ontwikkelen een plan van aanpak, waarin o.a. de volgende aspecten worden besproken en vastgelegd:

- Werkwijze
- Projectteam
- Rolverdeling
- Planning
- Budgettering





STAP 1: **VOORBEREIDING** AMBITIES & DRIJFVEREN

VOORBEREIDING



A

PROCES & PLANNING

B

AMBITIES & DRIJFVEREN

C

INZICHTEN & ONDERZOEK

We organiseren een of meerdere werksessie(s) met het projectteam, waarin o.a. de volgende aspecten worden besproken en vastgelegd:

- Categoriedefinitie
- Ambitie klant binnen (en buiten) de categorie
- Drijfveren belangrijkste handelspartners incl. fit met ambitie klant
- Kansen en uitdagingen binnen samenwerking met handelspartners
- Huidige en toekomstige rol van de categorie bij handelspartners
- Positie en relevantie klant binnen de categorie
- Belangrijkste kalendermomenten bij klant en handelspartners
- Interne organisatie involveren bij en enthousiasmeren voor de visie
- Handelspartners involveren bij en enthousiasmeren voor de visie
- Route 2 market

We leggen hiermee gezamenlijk een fundament voor het succes van de visie.





STAP 1: **VOORBEREIDING** INZICHTEN & ONDERZOEK

VOORBEREIDING



A

PROCES & PLANNING

B

AMBITIES & DRIJVEREN

C

INZICHTEN & ONDERZOEK

We sturen een checklist met de inzichten die nodig zijn voor vorming en validatie van de visie, waarin o.a. de volgende documenten zijn opgenomen:

- Trendrapporten
- Consumenten- en shopperinzichten
- Markt- en categorieontwikkelingen (GfK, IRI, ...)
- Bedrijfs- en productpresentaties
- Business- en marketingplannen

We bespreken samen met de klant de gewenste taakverdeling, waarin we graag het werk uit handen nemen:

- Analyseren van bestaande documenten
- Organiseren en begeleiden van evt. aanvullend onderzoek

We stellen ook een Q&A op waarmee de klant de handelspartners kan uitvragen om de visie nog klantrelevanter te kunnen maken. Uiteraard kunnen wij het interviewen van de handelspartners ook verzorgen.





STAP 2: **VISIEVORMING** VISIE & VALIDATIE

VISIEVORMING



VISIE & VALIDATIE



COMMUNICATIE & FLOW



INSPIREREN & DOORVERTALEN

We analyseren alle inzichten (o.b.v. de werkverdeling) en bespreken in werksessies met het projectteam o.a. de volgende door ons opgeleverde rapportages:

- Gerubriceerd document met belangrijkste inzichten en key take-outs incl. bronvermelding
- Pre-destillaat van relevante kansen voor de categorie
- Onderscheidende groeidrijvers o.b.v. inzichten en kansen, geconcretiseerd naar doel, actie en resultaat

We leggen hiermee gezamenlijk de basis voor een heldere en goed gevalideerde categorievisie.





STAP 2: VISIEVORMING COMMUNICATIE & FLOW

VISIEVORMING



VISIE & VALIDATIE



COMMUNICATIE & FLOW



INSPIREREN & DOORVERTALEN

We ontwikkelen een communicatief sterke presentatieflow voor de visie, waarin we aandacht hebben voor o.a.:

- Basis = relevantie voor de retailer
- Creëren van trots voor de categorie
- Onderschrijven van de urgentie van de visie, waar werk van te maken
- Creatieve en onderscheidende thematiek, passend bij de categorie
- Logische opbouw van het verhaal
- Modulair om de visie kort of uitgebreid te bespreken

We werken het visieverhaal in detail uit in een uitgeschreven contentopzet, waarin duidelijk is aangegeven welke content op welke pagina in het verhaal komt. De contentopzet is hét gezamenlijke werkdocument voor het vervolg. We ondersteunen de contentopzet ook met een aanzet voor look & feel van de belangrijkste pagina's.

Samenvatten op een		
	...ene trends, direct	> Titel: Kansen n.a.v. Algemene Trends
	...vriesvers en aardappel	KANS #1. ALLEENSTAANDE GEMAKSCONSUMENT
	...nsen creëren waaruit	Meer 1-persoons huishoudens
	...ntstaan	Alleenstaanden besteden ddw max. 20 minuten a
		Doelgroep staat meer open voor gemakproposit
		Vriesversproposities gericht op kleinere huishou
		KANS #2. VRIESVERS, EEN BEWUSTE KEUZE
		Meer bewust: duurzaamheid is een hot topic
		Vriesvers is een interessante categorie vanuit het
		Aardappelen hebben een relatief lage footprint in
		Waarom dit niet verder uitnuttigen?
		KANS #3. VEGA PROPOSITIES
		Meer groenten, minder vlees
		Aardappel is als koolhydraat component een logi
		Met welke relevante aardappel/groente proposit
19	Consumenteninzichten -	> GfK-onderzoek groots maken
	Introductie GfK onderzoek	> Alibi creëren voor de visie
		> Aviko verder profileren als merk voor de
		avondmaaltijd
		> Subtitel: Consumenteninzichten
		> Titel: Uitgebreid kwantitatief onderzoek geeft in
		Aviko = Avondmaaltijd
		GfK is gevraagd om inzicht te creëren in hoe Nede
		Via onderzoek wordt de kookweek in beeld gebr
		type kookdagen en de motivatie hierachter, ori
		invloed hebben op de shopping trip en/of de ova
		> Subtitel: Consumenteninzichten
	ten -	> Alle inzichten in het kort samenvatten op een
	tek	visueel impactvolle manier
		> Titel: De avondmaaltijd in beeld
		<Infographic>
		> Nederlanders zijn thuiseters
		> De gemiddelde kookweek kent 6 types kookdag
		> Vlot & Vers is veruit de belangrijkste avondmaal
		> Avondmaaltijden kennen een hoog planmatig k
		> Variatie in de kookweek is laag; veel standaard g
		Variatie in de kookweek
		'Standaard' gerechten die regelmatig gekookt worden
		100%
		60%
		Witloof & ruit
		Witloof & ruit



STAP 2: **VISIEVORMING** INSPIREREN & DOORVERTALEN

VISIEVORMING



VISIE & VALIDATIE



COMMUNICATIE & FLOW



INSPIREREN & DOORVERTALEN

We geloven dat een visie pas echt waardevol is als er is nagedacht over concrete invulling in de praktijk. We ontwikkelen ideeën voor tactics, waarin we rekening houden met o.a.:

- Focus op de gehele shopper journey
- Combinatie van offline en online
- Combinatie van in-home en out-of-home
- Aspiratief én actionable

We geloven ook dat een visie nog rijker wordt als deze verder wordt doorvertaald:

- Landspecifiek
- Klantspecifiek
- Segmentvisies
- Schapvisies





STAP 3: **VISIEDOCUMENT** DESIGN & VISUALISATIE

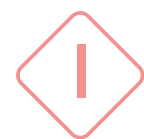
VISIEDOCUMENT



DESIGN & VISUALISATIE



CREATIE & ONDERSTEUNING



TRAINEN & ACTIVEREN

We ontwikkelen verrassende designs en visualisaties, waarin we uitgaan van o.a.:

- Een routinedoorbrekende look & feel
- Op basis van bestaande huisstijl of een compleet eigen, objectieve stijl
- Impactvolle pagina's met juiste balans tussen tekst en beeld
- Schetsmatige impressies voor de tactics





STAP 3: **VISIEDOCUMENT** CREATIE & ONDERSTEUNING

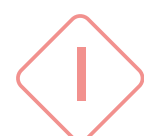
VISIEDOCUMENT



DESIGN & VISUALISATIE



CREATIE & ONDERSTEUNING



TRAINEN & ACTIVEREN

We zetten het ontwikkelde design om in een presentatieformat, waarbij de klant keuze heeft uit o.a. de volgende opties:

- Bewerkbare PowerPoint
- Interactieve PDF
- Online tool

We denken daarbij ook altijd mee hoe er extra interactiviteit aan het presentatiedocument kan worden toegevoegd.

We kunnen daarbij o.a. de volgende middelen ontwikkelen:

- Audiovisuele producties, bijv. video's of animaties
- Fysieke presentatiebegeleiders, bijv. presentatieboxen





STAP 3: **VISIEDOCUMENT** TRAINEN & ACTIVEREN

VISIEDOCUMENT



DESIGN & VISUALISATIE



CREATIE & ONDERSTEUNING



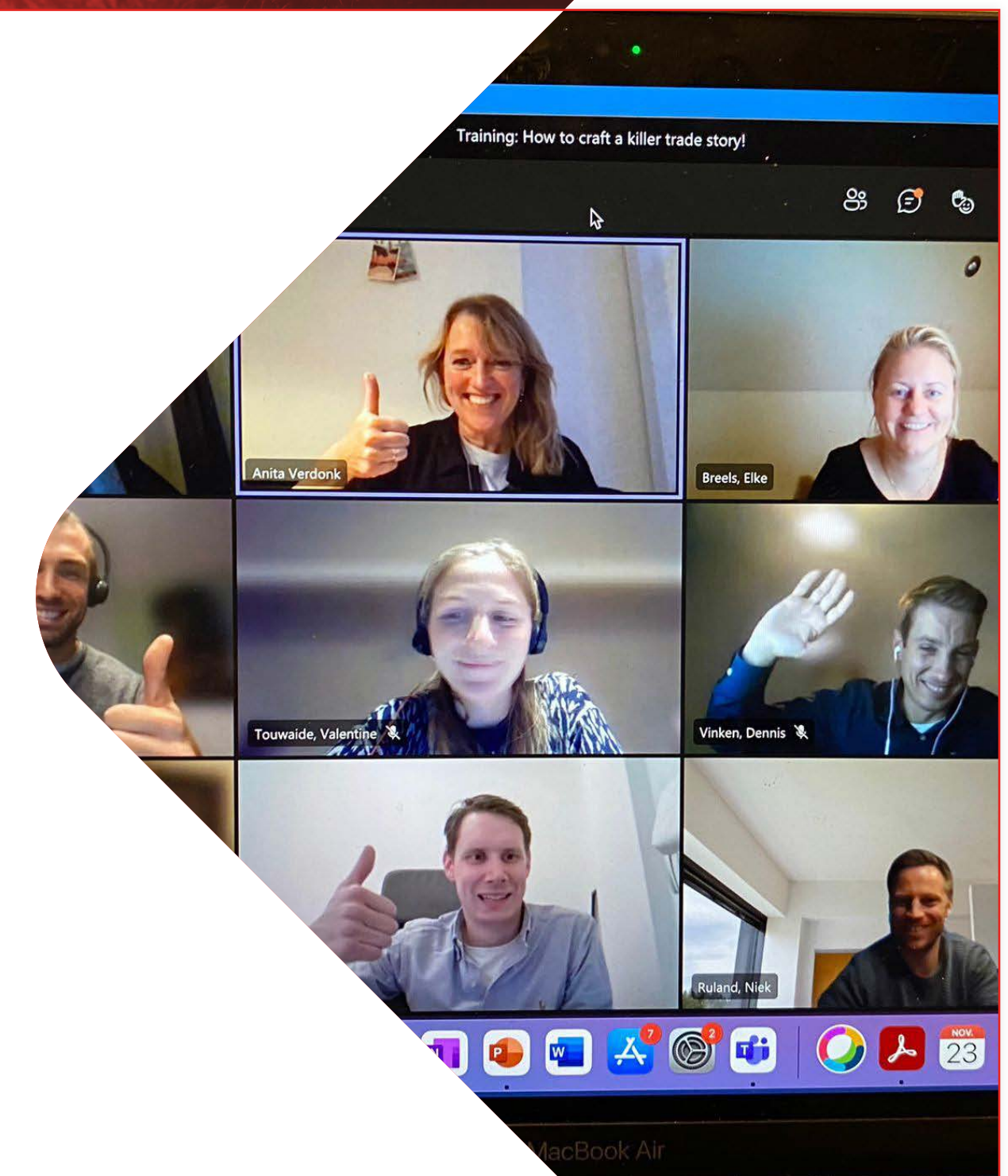
TRAINEN & ACTIVEREN

We geloven dat intraineren cruciaal is om optimaal voorbereid op pad te gaan en de visie waardevol uit te dragen. We verzorgen offline en online trainingen waarbij we de klant praktijkgericht voorbereiden op o.a.:

- Visieverhaal eigen maken
- Mogelijk te verwachten pushback van tevoren tackelen

We begeleiden de klant ook verder om het best mogelijke resultaat uit het visiedocument te halen, waarbij we kunnen zorgen voor:

- Advies over en hulp bij passende kick-off richting de interne organisatie
- Praktische handleiding voor optimaal gebruik van het presentatieformat
- Overige interne tooling & communicatiemiddelen
- Tussentijdse evaluaties





STAP 4: IMPLEMENTATIE PRESENTEREN & DELEN

IMPLEMENTATIE



PRESENTEREN & DELEN



EVALUEREN & OPVOLGEN



ACTUALISEREN & VERDIEPEN

We vinden het bij het ontwikkelen van de visie belangrijk om aandacht te besteden aan de gewenste roadmap. We kunnen faciliteren in het waardevol presenteren van de visie om de handelspartner écht uit hun dagelijkse routine te halen, op o.a. de volgende manieren:

- Organiseren van verrassende offline events op locatie, online videovergaderingen en professionele studio sessies
- Ontzorgen van A tot Z: van het inregelen van zaken en inhoudelijke invulling, tot aan aankleding van de locatie en begeleiding van het event





STAP 4: IMPLEMENTATIE EVALUEREN & OPVOLGEN

IMPLEMENTATIE



PRESENTEREN & DELEN



EVALUEREN & OPVOLGEN



ACTUALISEREN & VERDIEPEN

We geloven dat een visie de ideale basis is voor alle commerciële inspanningen. Na het delen en evalueren van de visie met de handelspartners is het belangrijk om deze te blijven uitdragen. We kunnen een voorstel uitwerken voor een jaarrond programma, waarbij we rekening houden met o.a.:

- Verschillende vormen en touchpoints
- Tijdens persoonlijke gesprekken en buiten persoonlijke gesprekken om

We hebben ruime expertise en ervaring in huis in het ontwikkelen van o.a. de volgende producties:

- Trade communicatie
- Realisatie tactics, offline en online
- Category-based shopper activiteiten
- Social campagnes en activiteiten
- Top-2-top sessies





STAP 4: **IMPLEMENTATIE** ACTUALISEREN & VERDIEPEN

IMPLEMENTATIE



PRESENTEREN & DELEN



EVALUEREN & OPVOLGEN



ACTUALISEREN & VERDIEPEN

We geloven dat een visie een punt op de horizon is voor de komende 2-3 jaar. De wereld is continu aan verandering onderhevig is en dat heeft dus ook gevolgen voor de validatie van de visie. Om de visie actueel en daarmee succesvol te houden, kunnen we o.a. zorgen voor:

- Advies hoe de categorievisie levend te houden
- Ondersteuning in analyses
- Update tactics
- Interne trainingen

We kunnen ons voorstellen dat er zich ontwikkelingen voordoen waarop verdere verdieping gewenst is. We kunnen zorgen voor o.a.:

- Deep-dive werksessies
- Aanvullend onderzoek

