

Export-stories.

Karel Paesmans, zaakvoerder Fruitsnacks

Fruit als marketinginstrument

Fruitsnacks introduceert marketingsnack in Duitsland

[T]he medium is the message, zei Marshall McLuhan. Hiermee bedoelde hij dat het communicatiemiddel een beslissende stempel drukt op de overdracht van een boodschap. Fruitsnacks heeft dat goed begrepen. Met Logofruit biedt het een hapklare marketingtool aan die ongetwijfeld ook over de grenzen gesmaakt wordt.

Fruitsnacks is een fruitbedrijf dat voornamelijk bekend staat om het leveren van fruitmanden. Zo'n 2500 gevulde korven vertrekken wekelijks vanuit Sint-Truiden naar een 1900-tal ondernemingen in heel België en Luxemburg. Daarnaast verdeelt het eigen ambachtelijke fruitsappen én logofruit, dat bedrukt is met een zetmeelpasta. Een originele, nieuwe marketingtool waar ook het buitenland warm voor zal lopen.

Logofruit als locomotief

En dan meer bepaald Duitsland. "Omdat we sneller in Aken staan, dan in Oostende", aldus Karel Paesmans. "We gaan er vooral het logofruit verdelen als uniek marketinginstrument. Dat product zien we dan als locomotief om ook onze andere wagonnetjes – de fruitmanden en -sappen – in een later stadium aan te hangen."

Karel en zijn team lieten zich in dit traject begeleiden door UNIZO. "Het export45-verhaal werd half april afgerond. We hebben al een korte try-out gedaan, maar het grote werk is voor september-oktober. Hoe we dat aanpakken? We hebben een sterke database waarmee we potentieel interessante klanten persoonlijk gaan benaderen. In Duitsland zijn mailings immers verboden."

De Duitse markt biedt heel wat potentieel, maar is nogal stug. "Je moet nogal wat echelons passeren voor je daadwerkelijk bij de juiste gesprekspartner terecht kan. Het is een langzaam proces, maar eens je er bent kan je er ook echt langetermijnsamenwerkingen gaan uitbouwen."

Pronk-fruit

Grote troef van Fruitsnacks is dat het met zijn eigen appel- en peergaarden letterlijk bij de bron zit. "We zijn helemaal geëquipeerd om het fruit vers te houden, het hele jaar door. Dat betekent dat we op elk moment een groot volume afgewerk/ logofruit kunnen afleveren. In principe kunnen we wekelijks een 250 000 stuks verwerken."

Stuk voor stuk bedrukt fruit om mee te pronken. "Een bedrukte folder durft al snel in de papiermand te belanden, een bedrukte appel wordt bij wijze van spreken 3 weken op de schouw gezet, net omdat het een unicum is."