



*Cake*Supplies

BRANDS. EXPERIENCE. WHOLESALE.

Whitepaper Basisassortiment



Whitepaper – hoe selecteer je het ideale basisassortiment voor jouw onderneming in taartdecoratie?

Bij het bepalen van het juiste assortiment trappen veel retailers in de val van de ogenschijnlijk veiligste weg: opnemen, die producten. Want wat niet in de schappen ligt, verkoopt ook niet. Vaak zien we juist dat van een groot assortiment, een groot deel helemaal niet zo goed verkoopt. Een propvolle zaak en keuzestress bij de klant liggen op de loer.

Ben jij een startende retailer in de taartdecoratiewereld, of wil je aan je kook- of hobbywinkel een inspirerend bakassortiment toevoegen, dan prijs jij jezelf gelukkig met een schone lei. Jij kunt nog helemaal from scratch een stevig basisassortiment neerzetten dat jouw klant aanspreekt en van daaruit verder uitbreiden naar een totaalaanbod dat jouw zaak winstgevend, onderscheidend en succesvol maakt. Dit whitepaper loodst je door de keuzes die leiden tot jouw ideale basisassortiment.



Een succesvolle retailformule neerzetten

Retailers anno 2022, het zijn geen ondernemers die voor de makkelijkste weg gekozen hebben. Terwijl marktplaatsen als Bol.com en Amazon een steeds groter assortiment bieden en consumenten online nog meer vertrouwd raken dan ze al waren, staat de retailer voor de uitdaging zijn winkelbezoeker dermate te prikkelen dat deze de fysieke weg naar zijn winkel blijft bewandelen. Gelukkig hebben consumenten veelvuldig laten zien dat ze de offline weg prima weten te vinden, mits ze daar zaken als een onderscheidend assortiment, inspirerende winkelbeleving en persoonlijk contact aantreffen.

Het assortiment blijkt één van de belangrijkste pijlers voor een succesvolle retailformule. Het blijkt ook één van de belangrijkste onderdelen voor retailers om nog aan te sleutelen. In veel winkels levert slechts 20 tot 30% van de producten maar liefst 80% van de omzet. Een groot deel van het assortiment staat er uit angst van de winkelier om nee te moeten verkopen. Maar in feite doet het weinig voor de omzet en neemt het vooral kostbare winkelruimte in. En de consument? Die krijgt al gauw keuzestress.

Is volle bak saneren dan de oplossing? Dat valt nog te bezien. Want ook die 20% omzet die het overgrote deel van het assortiment oplevert is voor een ondernemer waarde. En naast omzet, positioneer je je met je assortiment ook in de markt, creëert het klantbinding en onderscheidet het jou van je buurman. Bovendien, hoewel je keuzestress bij je klanten wil voorkomen, moet je ook voorkomen de keuze te veel voor je klanten te gaan maken. Daarnaast weten we dat het creëren van een zekere gretigheid bij je shoppubliek zeker voor bepaalde productgroepen een groot salesverhogend effect kan hebben. Balans is hier het codewoord.

Bij het samenstellen van het juiste assortiment is het zoeken naar balans tussen het bieden van voldoende keuze en het voorkomen van keuzestress. Balans tussen productgroepen waarin je je beperkt tot de basis en productgroepen waarin je juist een bepaalde mate van gretigheid kunt opwekken. Balans tussen de echte hardlopers en producten die wellicht wat minder als warme broodjes over de toonbank vliegen, maar wél precies bijdragen aan het karakter van jouw shop. Kortom, als een van de belangrijkste pijlers van een retailformule, bepaalt je assortiment voor een groot deel de waarde, het imago en het succes van je onderneming. Startende winkeliers doen er dus goed aan nauwkeurig het assortiment te bepalen, maar ook de doorgewinterde retailer die met enige regelmaat eens kritisch door zijn aanbod durft te gaan, zal zich versteld doen staan van de winst die het hem oplevert.

One-brand of multi-brand

Een mooi startpunt voor het samenstellen van jouw assortiment is het bepalen van de breedte en de diepte ervan. Dit volgt uit het type winkel dat je start in combinatie met het karakter en imago dat je nastreeft. Ben je een speciaalzaak in bakken en taartdecoratie, vraag je dan af wat jij je winkelbezoeker te bieden hebt. Komen er bij jou vooral thuisbakkers shoppen of ga je je ook richten op professionele cake designers? In beide gevallen zal je assortiment zich qua breedte beperken tot bak- en taartdecoratieproducten. In totaliteit dus minder breed dan bijvoorbeeld een kook- of hobbywinkel. Maar waar zij een breder assortiment hebben, ga jij de diepte in. En wil je die professionele cake designer aanspreken, dan zul je meer diepte in je assortiment moeten aanbrengen dan wanneer je je enkel richt op thuisbakkers.

Marktplaatsen als Amazon en Bol.com voeren een assortiment dat bijna niet meer breder kan; je kunt er immers álles krijgen. Maar met dat soort spelers aan de ene kant, groeit bij consumenten juist ook de behoefte aan een andere kant: jouw kant. De kant van speciaalzaken die zeer specifieke kennis, gedegen advies, beleving bieden en... precies, een assortiment dat wellicht minder breed, maar vele malen dieper is dan marktplaatsen kunnen bieden. Jouw kracht zit hem er dus in je te beperken tot bak- en taartdecoratieproducten, maar daarin wel een volledig aanbod neer te zetten. Je gaat voor een multi-brand store, waar je klanten niet één of twee, maar alle belangrijke merken uit de taartdecoratiebranche treffen.

Maak bijvoorbeeld een selectie uit hoofdmerken als FunCakes, Wilton en Renshaw, en bouw dat verder uit met andere merken die volgens jou niet mogen ontbreken. In een taartspeciaalzaak zou je bijvoorbeeld ook zeker merken als Silikomart, Rainbow Dust, Scrapcooking, Sugarflair, Dr. Oetker en Colour Mill verwachten. Bied van al je merken de juiste hoeveelheid keuze, zeker waar het gaat om productgroepen als fondant en strooisels: zogenaamde subjectieve productgroepen waarbij de keuze van de consument vaak gebaseerd is op smaak. Van een speciaalzaak mag je bijvoorbeeld een uitgebreide kleurenrange verwachten, want waar kook- en hobbywinkels het met één of twee meter schap moeten doen, heb jij wel die ruimte.

Ben jij juist die hobby-, kookwinkel of supermarkt, dan heb je in jouw ruimte rekening te houden met nog veel meer productgroepen dan enkel je bakassortiment. Je bak- en taartdecoratieproducten zijn in dat geval aanvullend op al die andere ranges die je biedt. Het is dan raadzaam te kiezen voor rust en eenheid in je schap. Ga voor de one-brandstrategie: maak een gerichte keuze voor één of twee merken, zodat de beperkte ruimte die je aan je bakassortiment kunt besteden niet rommelig oogt. Juist door eenheid in het schap, zal het de aandacht van je publiek trekken. Ga voor een merk met veel verschillende productgroepen, zodat je alles van dat ene merk kunt aanbieden.

Bekijk hiervoor bijvoorbeeld eens het assortiment van FunCakes. Het merk biedt alle mogelijke productgroepen op foodgebied die je in je bakassortiment zou willen opnemen, aangevuld met enkele essentiële non-foodproducten zoals baking cups, spuitzakken en chocolademallen. Wil je je klant toch ook graag een tweede merk laten zien? Kies dan een merk dat niet overlapt, maar juist iets toevoegt aan het eerst gekozen merk. Naast een overwegend food-merk als FunCakes, is de keuze voor een meer non-food merk als Wilton bijvoorbeeld een logische.



Productgroepen

Waar moet ik beginnen?

Bij een nog lege winkel zijn er eindeloos veel keuzes te maken. We hebben zojuist gezien dat alleen voor je assortiment de ene na de andere keuze zich al opvolgt. Heb jij duidelijk op een rijtje welk type winkel jij gaat neerzetten, wie je naar je winkel wil trekken en wat diegene daar moet aantreffen, dan is het tijd om daar de juiste producten bij te gaan vinden. Met een assortiment van wel 5000 producten ligt daar voor veel ondernemers juist de bottleneck. Niet zelden krijgen we van nieuwe klanten de vraag ‘Waar moet ik beginnen?’.

Maak zo’n assortiment behapbaar voor jezelf door je eerst te richten op productgroepen. Welke producten je uit welke groepen opneemt, bekijk je later. Bij CakeSupplies adviseren we klanten altijd om na te gaan wat iemand nodig heeft voor het bakken, decoreren en meenemen van een volledige taart. Voor een professional in de taartdecoratiebranche een simpele vraag, maar wel een die jou dwingt om heel precies de verschillende productgroepen af te gaan die jouw klant écht nodig heeft. De eerste stap naar jouw basisassortiment wordt hiermee gezet.

Het selecteren van je assortiment op deze manier, helpt je later ook met het inrichten van je winkel. Door je klant aan de hand van diezelfde stappen mee te nemen door je winkel, volgen de verschillende productgroepen elkaar op een logische manier op en zit jouw winkel voor de klant overzichtelijk in elkaar. Ook jij zult van jouw klanten de vraag krijgen ‘Waar moet ik beginnen?’. Gelukkig heb jij daar dan al lang over nagedacht.

Houd bij het selecteren van de productgroepen ook de balans tussen food en non-food in de gaten. Foodproducten laten mensen regelmatig terugkeren naar je winkel. Deze gaan immers op en zorgen dus voor een snellere omloopsnelheid. Bij tevredenheid over het product zal je de gebruiker herhaaldelijk zien terugkomen. Foodproducten zijn dus bij uitstek producten waarmee je een band kunt opbouwen met je klanten.

Lukt dat dan niet met non-foodproducten? Zeker wel. In je non-foodassortiment kan jij als speciaalzaak uitblinken in kwaliteit. Want wie van bakken zijn hobby maakt, zal willen investeren in beter materiaal dan huishoudwinkels te bieden hebben. En juist omdat non-foodproducten langer meegaan, zijn mensen bereid daarin voor kwaliteit te kiezen. Om de juiste balans tussen food en non-food producten te bereiken, koppel je de twee aan elkaar. Om welke non-foodproducten vraagt jouw food-assortiment? Welk materiaal en tools heeft men daarbij nodig? Zo is de kans groot dat men bij het uitzoeken van een nieuw bakvorm ook een bakmix meeneemt. Of vice versa: wie de zoveelste bakmix bij jou komt halen, raakt vanzelf een keer getriggerd om toch eens een betere bakvorm aan te schaffen.





Bakmixen

We zien jouw basisassortiment dus als een taart. En die begint natuurlijk bij een cake en een vulling. Wie door het assortiment van FunCakes gaat, komt een ruime keuze aan bakmixen tegen. Selecteer daaruit eerst eens echte musthave bakmixen voor thuisbakkers. Dit zijn je hardlopers die je altijd op voorraad wil hebben. Een (choco) biscuitmix bijvoorbeeld, een standaard mix die thuisbakkers voor al hun taarten inzetten. Onmisbaar in een bakwinkel. Maar ook cupcakes en koekjes, mixen die gebruikt worden door jonge kinderen op de basisschool, maar ook door professionele cake designers. Zorg ook hier weer dat je bij je bakmixen ook vullingen aanbiedt, wat gaat er tussen dat biscuit en op die cupcakes en koekjes? Kies voor je basisassortiment bijvoorbeeld vullingen die gebruikt kunnen worden als taartvulling, maar ook als topping. Zo ben je met vijf of zes verschillende bakmixen al een aardig eind op weg.

Een winkel met een bakassortiment als bij-verkoop heeft hiermee voor deze productgroep al een kloppend aanbod. Van een speciaalzaak mag je natuurlijk nog iets meer verwachten. Voeg nog een aantal veelgebruikte bakmixen toe die eigenlijk niet mogen missen in een bakwinkel. Red velvet cake, brownies, muffins of macarons bijvoorbeeld. En zorg dat je van de bakmixen die je uitkiest, meerdere hoeveelheden verkoopt. In kook- of hobbywinkel volstaan bakmixen van 500 g, maar bij jou komen waarschijnlijk fanatieke thuisbakkers of zelfs grootverbruikers. Laat zien dat je ook aan hen denkt door grotere verpakkingen aan te bieden. Zo heb je een stevig bakmixenassortiment staan. Experimenteren met andere, specifiekere bakmixen kan in een later stadium altijd nog.

Kleurstoffen

Bakken is een kleurrijke hobby. Wie aan de slag gaat met de bakmixen en vullingen die jij voor ze geselecteerd hebt zal er waarschijnlijk zelf kleur aan willen geven. Voedselkleurstoffen zijn bovendien een productgroep waarvoor thuisbakkers bij een speciaalzaak als de jouwe zullen uitkomen, zeker als ze iets meer keuze willen dan de standaard primaire kleuren. Ook hierin zit veel kwaliteitsverschil dat zich met name uit in de concentratie van de kleurstof. Van een goede kwaliteit kleurstof heb je slechts enkele druppels nodig om de gewenste kleur te bereiken. Met de merken Rainbow Dust en FunCakes in de schappen verzeker jij je klanten van die kwaliteit. Heb je beperkt de ruimte voor een bakassortiment, neem dan bijvoorbeeld een multipack van een van deze merken op, aangevuld met een aantal losse standaard kleuren. Als speciaalzaak ga je daarin wat verder en selecteer je nog wat meer opties uit de enorme range aan overige kleuren die beide merken te bieden hebben.

Denk naast de merken en kleuren die je binnen deze productgroep wil aanbieden ook na over het type kleurstoffen dat je opneemt in je assortiment. Gel kleurstoffen zijn makkelijk in gebruik en vaak erg geconcentreerd, maar daarentegen ook iets duurder dan paste kleurstoffen. Sommige consumenten geven daarom toch de voorkeur aan pasta's en het kan dus goed zijn om beide soorten naast elkaar op te nemen. Als speciaalzaak wil je je wellicht ook richten op de semi-professional. In dat geval kan het merk Sugarflair een mooie aanvulling zijn op je assortiment. Daar haal je naast pastes bijvoorbeeld ook chocoladekleurstoffen, zeer geconcentreerde kleurstoffen en airbrush kleurstoffen vandaan.



Fondant

Is de taart gebakken en gevuld, dan is het tijd voor decoratie. Fondant verdient dus zeker een plekje in jouw basisassortiment. Of dat nu een klein assortiment van hooguit een paar meter is, of een veel uitgebreider aanbod, fondant hoort er in thuis. Er zijn veel verschillende merken beschikbaar en fondant is bovendien een zeer subjectief product. Het product reageert op de warmte van de handen, van de omgeving en daarnaast geeft de een nou eenmaal de voorkeur aan een wat zachter fondant, waar de ander van flink stevig houdt. Voor een speciaalzaak is het daarom aan te raden meerdere merken aan te bieden. Voor een winkel met een kleiner bakassortiment wordt dat te veel. Maak daarom de keuze voor één merk dat voor veel mensen goed werkt. Renshaw en FunCakes hebben beiden een vergevingsgezind fondant, wat wil zeggen dat er door veel verschillende mensen, beginners of professionals, makkelijk mee te werken valt. De multipacks van deze merken zijn ook hier weer een uitkomst als je beperkt de ruimte hebt. Zonder dat ze veel ruimte in jouw schap innemen, bied jij toch meerdere kleuren fondant aan.

Als speciaalzaak zorg je naast de multipacks natuurlijk dat je een uitgebreid kleurenassortiment van de verschillende merken hebt en bied je bovendien verschillende verpakkingsgroottes aan. Kleurstoffen, fondant, strooisels, het zijn allemaal subjectieve productgroepen waardoor je de klant daarin keuze wil bieden. Wat jij een mooie kleur roze vindt, is dat voor de klant wellicht niet. Stel dus een selectie van kleuren samen waarin voldoende keuze is, maar beperk je vooralsnog wel tot de basis. Specifiekere kleuren kun je in een later stadium altijd nog aan je range toevoegen.

Omdat mensen hun fondant ook zelf kunnen kleuren, kun je deze productgroep perfect koppelen aan je kleurstoffenassortiment. Zijn er bepaalde kleuren die je wel als kleurstof hebt maar (nog) niet als fondantkleur? In plaats van klanten nee te verkopen, wijs je ze op de mogelijkheid om het fondant zelf te kleuren. Zeker wanneer je slechts een klein bakassortiment kunt aanbieden, geef je taartdecorateurs met wit fondant in combinatie met kleurstoffen toch voldoende opties. Zwart en rood zijn erg moeilijk zelf te kleuren, het is dus raadzaam daarvan wel voorgekleurd fondant aan te bieden.



Bakvormen

We zeiden het al. Stem je foodassortiment af op je non-foodassortiment. Wie bakmixen in huis haalt, heeft ook bakvormen nodig. Een productgroep waar jij in kunt uitblinken. De verschillen in kwaliteit tussen bakvormen zijn groot. Dus elke huishoudwinkel mag dan bakvormen verkopen, vaak zijn het bakvormen die minder lang meegaan en voor een veel slechter bakresultaat zorgen. Vroeg of laat zullen thuisbakkers dus beter materiaal verlangen. Hét moment om ze vanuit de huishoudwinkel naar jouw speciaalzaak te trekken.

Het Amerikaanse merk Wilton is een van de grootste merken als het gaat om topkwaliteit bakvormen. De bakvormen zorgen door perfecte warmtegeleiding voor een uitstekend bakresultaat en gaan bovendien jaren mee. In een basisassortiment bakvormen mag dit merk dus zeker niet ontbreken. Aangevuld met de merken Patisse of Dr. Oetker kun je een gedegen assortiment bakvormen samenstellen waar men lang mee vooruit kan.

Denk bij deze keuze voor de bakvormen weer terug aan de bakmixen die je hebt geselecteerd en zorg dat je daarbij goede combinaties maakt. Kies een aantal ronde en vierkante bakvormen, springvormen, tulbandvormen en muffinpannen en bied daarin de meest voorkomende maten aan.

Andere basis-tools & materiaal

Naast je bakvormen breid je je non-foodassortiment verder uit met basis-tools en materiaal. Deze productgroep is er bij uitstek eentje die het bakken voor thuisbakkers gemakkelijker en daarmee plezieriger maakt. Wie van bakken zijn of haar hobby maakt, zal op enig moment de nodige tools in huis halen om een beter bakresultaat te bereiken. Ook deze producten koppel je natuurlijk weer aan je foodassortiment.

Spuitmondjes en spuitzakken zijn bijvoorbeeld een musthave wanneer je ook vullingen en toppings verkoopt. Kies daarbij uit losse veelgebruikte spuitmondjes in combinatie met een aantal sets. De losse spuitmondjes hebben een laag prijspunt waardoor klanten die gemakkelijk meepakken. De sets zijn een handige manier om met minimale ruimte in je schap toch verschillende opties aan te bieden. Vaak zijn aan deze sets zelfs ook spuitzakken toegevoegd en bied je dus een mooi totaalproduct. Bovendien zijn de sets ideaal voor startende thuisbakkers om in één keer hun basismateriaal aan te schaffen en te beginnen met experimenteren.

Bij je bakmixen bied je natuurlijk al een basisassortiment bakvormen, maar er is meer. Wie cupcakes maakt, kan niet zonder baking cups en wie een aantal biscuits heeft gemaakt komt er al gauw achter dat een goede taartzaag wonderen doet bij het maken van een mooie strakke, gevulde taart. Denk verder aan paletmessen, smoothers, rolstokken, uitstekers en draaiplateaus. Daarmee heb je het belangrijkste materiaal te pakken dat past bij je bakmixen- en fondantassortiment. Ook binnen deze productgroep mag Wilton niet als merk in jouw taartwinkel ontbreken. Voor bovengenoemde producten kun je volledig uit het aanbod van dit merk putten. Zo vorm je een overzichtelijk assortiment dat een strakke look in de schappen krijgt. Heb je wat meer ruimte te besteden, vul je Wilton-assortiment dan aan met merken als ScrapCooking of Dr. Oetker.



Candy & Deco Melts

Een consument houdt van producten waar hij of zij veel kanten mee op kan. Candy Melts en Deco Melts zijn zo'n product. Een product bij uitstek dat net zo leuk is voor jonge kinderen als voor volwassenen en waarmee je driptaarten maakt, maar ook cake pops, drizzles op donuts of zelfgemaakte snoepjes. Kinderen dippen eenvoudig koekjes of fruit in de gesmolten melts en decoreren deze verder met strooisels. Een eerste kennismaking met bakken en decoreren en voor jou dus een interessante klantgroep om in een vroeg stadium op in te spelen.

Onder het merk FunCakes heet dit product Deco Melts, Wilton noemt het Candy Melts. De toepassing van deze producten is hetzelfde, dus bij een kleiner bakassortiment volstaat het om voor één van deze twee merken te kiezen. Als speciaalzaak kun je de keuze bij de klant laten en de merken elkaar laten aanvullen in de kleuren die ze bieden. Voor de meer ervaren taartdecorateur zijn de Chocolate Callets van Callebaut bovendien een mooie aanvulling op dit assortiment. Echte chocolade is uiteraard een stuk bewerkelijker dan de Deco Melts en Candy Melts maar blinkt dan weer uit in smaak.

We noemden al een aantal toepassingen bij het gebruik van Candy Melts en Deco Melts. Ga dus weer na welke non-food producten je voor die toepassingen nodig hebt om je assortiment compleet te maken. Wie deze producten gebruikt om snoepjes of bonbons te maken, heeft ook chocolademallen nodig. Wie gaat voor cake pops, kan ook lollystokjes goed gebruiken. En wie kiest voor een driptaart, kan niet zonder spuitzakken. Tot slot zijn melting bottles om de Candy en Deco Melts in te smelten een mooie toevoeging om de productgroep in de basis compleet te maken.



Strooisels en suikerdecoraties

Je hebt inmiddels bijna alles geselecteerd om een taart te maken, maar er ontbreken nog de nodige decoraties. Ook strooisels en suikerdecoraties zijn subjectieve productgroepen waarin je thuisbakkers de keuze wil geven. Bovendien zijn het producten die mensen makkelijk meenemen omdat ze lager geprijsd en lang houdbaar zijn en altijd van pas komen. Het is bij deze productgroep dus de kunst om een bepaalde mate van gretigheid bij je klant te creëren maar niet zó veel keuze te bieden dat het hem of haar de keuzestress oplevert waarvoor we je in het begin van dit whitepaper al waarschuwden. FunCakes heeft een enorm assortiment van wel 200 verschillende strooisels en is dus hét merk om jouw basisassortiment decoraties vandaan te halen.

Handig voor jou om een ruime keuze te hebben, maar realiseer je dat twintig kleuren musketzaad en alle 40 Sprinkle Medleys geen basisassortiment is. Laat je binnen deze productgroep dus niet te veel te verleiden om zomaar alles op te nemen, daarmee raakt deze productgroep namelijk uit balans ten opzichte van je andere productgroepen en verliest je klant het overzicht. Maar om die ideale mate van gretigheid te creëren wil je wel iets meer bieden dan enkel primaire kleuren en de meest standaard strooisels, juist binnen deze productgroep wil je je klant verrassen.

Wat kan helpen is om eerst een selectie te maken van type strooisels en suikerdecoraties die je wil aanbieden. Kies bijvoorbeeld voor musketzaad, sugar strands, sprinkle medleys, suikerpereels en wat overige figuurtjes. Selecteer nu per type een aantal strooisels om zo tot je uiteindelijke basisassortiment decoraties te komen. Houd ook hierbij de kleuren fondant, kleurstoffen of Deco Melts in je achterhoofd die je hebt geselecteerd, zodat je klant gemakkelijk combinaties van verschillende producten kan maken. In een later stadium kun je deze productgroep verder uitbreiden met nieuwe types die je eerder nog niet had geselecteerd of extra opties uit de type strooisels die je al aanbiedt. Houd goed in de gaten welke decoraties het goed doen in jouw winkel en welke wellicht wat minder, zodat je uiteindelijk tot een mooi aanbod komt dat werkt voor jouw onderneming.



Presentatie

Taart eten doe je niet alleen. Wie een prachtige taart of cupcakes heeft gemaakt zal deze dus mooi willen presenteren of mee willen nemen. Met deze laatste productgroep heb je dus de basis in huis om een taart van top tot teen te maken. Denk binnen deze productgroep natuurlijk aan taart- en cupcakedozen en aan cake drums en boards om taarten op te plaatsen. FunCakes biedt ook hierin weer veel keuze in maten en kleuren, maar beperk je voor nu tot een aantal standaardmaten en één of twee keuzes in kleuren en designs. Voor een bakassortiment als bij-verkoop is deze productgroep wellicht al aan de specifieke kant. In dat geval volstaat een standaard maat taartdoos en een cupcakedoos voor bijvoorbeeld 6 cupcakes. Daarmee maak je je bakassortiment met beperkte ruimte toch helemaal compleet.

Heb je meer ruimte tot je beschikking dan loont het om binnen deze productgroep een groter aanbod op te nemen, niet in de minste plaats omdat dit producten zijn die eenmalig of slechts enkele keren gebruikt worden. Deze productgroep zorgt dus voor herhalingsaankopen en daarmee continuïteit in je winkel. Kijk naast taartdozen en cake boards dus ook eens naar de feestartikelen van PartyDeco, waarmee je klanten de speciale gelegenheid waarvoor ze bakken helemaal afmaken. Zo vinden ze in jouw winkel een mooi totaal-aanbod voor elk moment.

Zodra de basis staat

Heb je de stappen uit dit whitepaper doorlopen dan gaan we ervan uit dat je een prachtig basisassortiment hebt verzameld. Maar een assortiment blijft altijd in ontwikkeling. Je wilt trouwe klanten blijven verrassen met vernieuwende producten en inspelen op seizoenen, trends en nieuwe ontwikkelingen in de branche. Luister aandachtig naar je klant en gebruik hun vragen en input om je assortiment verder uit te bouwen. Een basisassortiment is geen wet van meden en perzen. Blijf altijd kritisch kijken naar de producten die je in de schappen hebt staan, analyseer je verkoopcijfers en durf producten te saneren wanneer er onvoldoende vraag naar blijkt te zijn.



Download onze productlijst

Wij hopen dat dit whitepaper je de handvaten biedt om een mooi basisassortiment samen te stellen voor een succesvolle start van jouw onderneming. Daarnaast hebben wij een productlijst samengesteld met daarin een voorstel voor jouw basisassortiment. Zie deze productlijst als een algemene opzet waarin je zelf wijzigingen aanbrengt op basis van jouw onderneming, jouw imago en jouw klant. Zoals we in dit whitepaper hopelijk hebben weten te verduidelijken is geen enkel basisassortiment hetzelfde en is het dus onmogelijk om één productlijst te maken die voor elke onderneming succesvol is.

Heb je naar aanleiding van dit whitepaper vragen of ben je op zoek naar maatwerk bij het samenstellen van jouw specifieke basisassortiment? Dan kun je contact opnemen met onze klantenservice of een van onze salesmanagers. Ons enthousiaste team kan jou te woord staan in het Nederlands, Engels, Duits, Frans, Spaans en Italiaans en kent de branche door en door. Zij kunnen je dus van een deskundig advies voorzien.

Ben jij tevreden over je geselecteerde basisassortiment en klaar om aan de slag te gaan? [Registreer je dan eenvoudig online als klant bij CakeSupplies](#). Na goedkeuring van jouw gegevens door onze klantenservice wordt je account vrijgegeven en profiteer je van aantrekkelijke groothandelprijzen op ons volledige assortiment van 5000 artikelen.

Ontmoet ons sales team



Chris Daumas

European Regional Sales Manager
Nederland, België, Luxemburg,
Frankrijk, Groot-Brittannië, Ierland,
Scandinavië, Baltische Staten

chris.daumas@cakesupplies.com



Michael Fratz

European Regional Sales Manager
Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland,
Polen, Tsjechië, Slowakije

michael.fratz@cakesupplies.com



Javier Grandy

European Regional Sales Manager
Spanje, Portugal, Italië, Slovenië,
Kroatië, Hongarije, Roemenië,
Bulgarije, Griekenland

javier.grandy@cakesupplies.com

CakeSupplies

Casablancaweg 20
1047 HP Amsterdam
Nederland
+31 (0)85 - 007 58 88

Kvk nummer: 34213286
BTW nummer: NL820016585B01