



JAAP TER WEELE

Winkel: Ter Weele Vlees en Vleeswaren

Plaats: Hattermerbroek

Marktondernemer en eigenaar van vlees- en vleeswarenbedrijf Ter Weele in Hattermerbroek. Hij kent de kracht van de locatie en de invloed van de omgeving. Op de markt voelt hij zich thuis, direct in contact met zijn klanten. Zijn ambachtelijke productaanbod stemt hij af op de lokale behoefte.





Een marktgerichte benadering



Van leger naar markt

Jaap ter Weele is marktondernemer en staat met vlees en vleeswaren op de markt. Hoe is hij daar terechtgekomen? Jaap: “Ik kom uit een slagersfamilie, mijn vader was keurmeester van vee en vlees, mijn broer is slager. Ikzelf was echter beroepsmilitair. Nadat ik een ongeluk kreeg, werd ik afgekeurd. Toen heb ik voor mezelf besloten de markt op te gaan. Het open karakter heeft me altijd getrokken. Je hebt geen drempel en het is een sociale ontmoetingsplaats. Op basis van de markten die ik bezoek ben ik verhuisd naar Hattemerbroek. Hier is ook mijn productiebedrijf gevestigd. Lekker centraal gelegen, waardoor de reistijd beperkt is. Bevoorrading gebeurt snel en eenvoudig en het maakt ook nog dat ik binding met de regio heb. Op dit moment staan we op 10 markten: Heino, Wezep, Hattem, Raalte, Markelo, Twello, Vorden, IJsselmuiden, 't Harde en Vaassen. Ik zit hier dus als een spin in het web.”

Geen knoflookworst, ook al is ie lekker

Jaap onderschrijft het belang van een goede klantbenadering. “Van onze klanten is 95 procent vast. We richten ons daar heel nadrukkelijk op, door vernieuwend te zijn in het contact met de klant. We geven folders mee met aanbiedingen van de week en we verzamelen e-mailadressen om aanbiedingen wekelijks toe te kunnen sturen. Mensen krijgen voor het afgeven van het e-mailadres korting op de aanbieding en we geven zegels

uit voor gratis producten. Ook op onze eigen website staan de aanbiedingen, altijd actueel. We maken veel reclame voor de site op kassabon, verkoopwagen en verpakking. Op de site is bovendien een button naar de e-mailnieuwsbrief en een filmpje over het bedrijf te vinden.”





Ook in het productaanbod houdt Jaap ter Weele rekening met de wensen van de klant: “Je komt er gauw achter welke klanten je hebt. Ik heb hier redelijk traditionele klanten. Een knoflookworst werkt hier niet, ook al is ie lekker. Klanten willen ook geen vet meer aan het vlees, dus moet je hiermee rekening houden. De basisproducten zijn je speerpunten en moeten van constante kwaliteit zijn. Met nieuwe producten kun je creatief zijn en ze laten rouleren in het productaanbod. We promoten producten ook, vooral door te laten proeven. Dat werkt goed.”

Passie als drijfveer

“Veel ondernemers van ketens missen vaak de creativiteit en de passie. Ze moeten constant iemand hebben die iets voor hen bedenkt.” Jaap is er van overtuigd dat dit kansen biedt voor de kleine ondernemer die wel creativiteit heeft en deze direct kan inbrengen. Aandacht voor klant en product bepaalt de kwaliteit

van de onderneming, vindt hij. “Ik heb het lekker druk op de markt en krijg vaak positieve reacties van tevreden klanten. Daar doe je het voor.

Je moet je handel aanpassen aan je doelgroep. Of je gaat voor kwaliteit, of je gaat voor prijs. Je moet er niet tussenin gaan zitten. Kies bewust dus!”

Wat brengt de toekomst? “De klant nog beter bedienen. Dat is de uitdaging”, vertelt Jaap. “Mensen praten vaak te veel over groeien en groter worden. Maar vaak valt er nog veel te winnen en te bereiken in het eigen vakgebied. Verder wil ik me vooral meer richten op de klanten tussen 40 en 70 jaar. Daar moet je gemakkelijke, kant-en-klare producten voor maken. Bijvoorbeeld het ouderwetse stooflapje dat binnen een mum van tijd op tafel kan worden gezet.”