

COCA-COLA TROTS OP WINST IN CATEGORIE **NON-ALCOHOLISCHE DRANKEN**

'SAMENWERKEN MET DE KLANT LOONT'

Rob Harris (links) en Arjan Wiertz gebruiken het rapport van FSA om verbeteringen bij Coca-Cola door te voeren.



'Wij winnen alleen als onze klanten winnen'. Voor Rob Harris (directeur Out of Home) van Coca-Cola Enterprises speelt de klant een essentiële rol bij het winnen van een Foodservice Award in de categorie Non-alcoholische dranken. 'We zijn enorm trots op deze prijs en bedanken onze klanten. Deze prijs is erg belangrijk voor ons team en we nemen zo'n prijs heel serieus. Het bewijst dat we waarde creëren voor onze klanten.'

Coca-Cola krijgt in het rapport van Foodservice Award een 7,58 als rapportcijfer. Daarmee houdt de frisdrankleverancier FrieslandCampina op gepaste afstand (7,29). Derde is Vrumona met 7,19.

Harris laat weten dat Coca-Cola Enterprises met drie missies werkt: het stimuleren

van extra verkoop, een beleving voor de consument creëren en het realiseren van een perfecte executie op de winkelvloer. Deze missies komen volgens Harris terug in de onderdelen productaanbod, kennis en samenwerking. Punten waarop Coca-Cola goed scoort. 'We werken met multidisciplinaire teams bestaande uit mensen van de afdeling Sales, Category development en Trade marketing. Vanuit dit team kiezen we voor samenwerking met onze klanten, stemmen we het productaanbod af en helpen we elkaar kennis te vergroten', aldus Harris.

Een belangrijke rol bij productaanbod is het gezondheidsaspect. Coca-Cola wil hierin zijn verantwoordelijkheid nemen. 'Een belangrijke deel van onze Health & Wellbeing-strategie is erop gericht om de

consument meer keuze te bieden. Zo innoveren we op het gebied van zoetstoffen, bijvoorbeeld door gebruik te maken van zoetstoffen uit stevia ter vervanging van suiker. Het gebruik van deze natuurlijke zoetstof zorgt voor 30 procent minder calorieën in onze producten. Ook brengen we steeds meer kleinere flessen en blikjes op de markt, zodat de consument meer keuze heeft.'

De veranderingen die op stapel staan, komen mede door de Foodservice Award. Harris: 'Het rapport van vorig jaar hebben we goed bestudeerd. Het helpt ons om nog beter te presteren. Ook dit jaar gaan we het rapport weer gebruiken. We zijn dan wel categoriewinnaar, maar in andere categorieën wordt soms beter gepresteerd op bepaalde onderdelen.'