

NAJAAR / WINTER '24

Serious FUN

SOFTIJSMINIMAG VOL TRENDS, CONCEPTEN & INNOVATIES



***Ken
je klant!***

Nic.

DELIVERING
DELIGHTS
TOGETHER

Van klant tot ambassadeur



TIP:

Bied een divers
aanbod
softijscreaties aan
zodat er voor ieder
wat wils is!

Weet jij wat de wensen van jouw gasten zijn? Door je in je gasten te verplaatsen en jouw zaak door hun ogen te zien, kun je nóg beter inspelen op hun wensen. Verdiep je in de laatste trends en vraag je gasten wat zij van jou verwachten. Zo zorg je voor een loyale groep terugkerende klanten.



Zet in op beleving!

Maar liefst 95 procent van de keuzes wordt onbewust gemaakt. Dit betekent dat je jouw gasten óók onbewust kunt beïnvloeden. Want door je doelgroep te begrijpen, en in te spelen op de behoeftes, stijgt hun loyaliteit. De meest loyale gasten worden dan al snel een ambassadeur van je zaak!

Ken je doelgroep

Elke doelgroep heeft andere interesses en wensen. Dit geldt ook op het gebied van softijs en milkshakes. Als ondernemer kun je daar slim op inspelen. Zit jouw zaak in de buurt van een middelbare school en komen er veel jongeren bij je langs? Ga dan op zoek naar de trends onder deze doelgroep. Jongeren zijn doorgaans erg statusgevoelig en worden sneller aangetrokken door de laatste hypes. Momenteel zijn ijskoffies bijvoorbeeld razend populair. Op pagina 4 van deze Serious Fun vertellen we je hier graag meer over. Wil je (ook) andere generaties aanspreken, verdiep je dan in hun wensen en (smaak)voorkeuren. Bijvoorbeeld: oudere klanten kiezen vaker voor de vertrouwde smaken. Daarom kun je in dit magazine ook terecht voor de lekkerste softijs-klassiekers (pag. 7). Zo bied je met een divers aanbod aan ijscreaties voor ieder wat wils!

Begrijp je doelgroep en speel in op hun behoeftes!

De eerste indruk

Naast een passende menukaart kun je ook inzetten op beleving. Veel passanten beslissen in een split second om jouw zaak binnen te lopen. Of ze besluiten spontaan iets te bestellen van jouw ijskaart. De eerste indruk is daarom goud waard. Met een mooi interieur trek je de mensen al snel naar binnen, en met een fraaie ijskaart én visuals vergroot je de kans op een bestelling. Maar ook nu is het belangrijk om te weten wie je doelgroep is. Een moderne, cleane uitstraling doet het goed op social media, een favoriet medium onder jongeren. Bij hen draait ook veel om snelheid en gemak. De meeste ouderen worden liever persoonlijk geholpen en geadviseerd. Door vervolgens net dat beetje extra te geven op het gebied van service, maak je de beste indruk. Het gegeven 'Klant is koning' is niet voor niets al eeuwenlang een leidraad in de foodsector. Het spreekt voor zich, maar toch: een warm welkom en goed advies dragen sterk bij aan de beleving van de klant. En daar pluk jij uiteindelijk de vruchten van. In deze Serious Fun zie je dat dit helemaal niet zo moeilijk hoeft te zijn. Want met wat kleine details maak je al snel een groot verschil!



Trend: Coole koffies

Ijskoffies zijn populairder dan ooit. Vooral Gen Z (geboren tussen 1995 en 2010) en millennials (1981-1995) staan hier graag voor in de rij. Wist je dat veel jongeren, en zelfs kinderen, tegenwoordig liever ijskoffie drinken dan gewone koffie? Een unieke kans om ze naar jouw zaak te trekken!

De jongere generaties hechten veel waarde aan status en zoeken op social media naar de hipste zaken met de coolste creaties. Daar vallen ook speciale dranken onder, gemaakt op basis van softijs. Zoals een ijskoffie of float. Deze creaties stralen een betaalbare luxe uit; een combinatie van smaak en beleving. Bovendien kun je eindeloos variëren met smaken en toppings en zijn de meeste ijskoffies ook nog eens eenvoudig te maken. Bijvoorbeeld met een mokka milkshake, of door softijs te mengen met koffie. Dat maakt het nóg aantrekkelijker om in te spelen op de groeiende ijskoffie-trend.

Lekker (en) luxe!

Door ijskoffies in speciale smaken te maken (denk aan pistache en spicy orange) geef je jouw gasten het gevoel dat ze iets bijzonders in handen hebben. En al helemaal als je jouw ijskoffies serveert in de mooiste glazen. Je kunt natuurlijk ook voor een to-go optie gaan, in een meeneembeker. Maak je ijskoffies in beide gevallen af met de lekkerste toppings en garneringen voor extra luxe en beleving. Wedden dat jouw gasten in de verleiding komen om foto's te maken en die te delen op TikTok of Instagram? Daarmee geven ze mooi weer een boost aan jouw verkoop!



Trifle Traktatie

De combinatie stroopwafel en caramel heeft zichzelf allang bewezen. Door dit heerlijke duo te presenteren in een softijs trifle, geef je een luxe uitstraling aan een klassiek dessert. Vul de bodem van het glas met Stroopwafelstukjes en bouw de trifle op in laagjes softijs en Toffee Caramel topping.

**Ook lekker
voor To-Go!**



Recept softijs trifle:

- 15 gram Stroopwafelstukjes
- 110-125 gram softijs
- 10 gram Toffee Caramel topping
- 15 gram Gezouten Caramel parels

VARIATIE TIP:

Decoreer de coupe met Caramelblokjes of een van onze andere caramel toppings!

Altijd vernieuwend

Elk jaar introduceert Nic de nieuwste trendy producten, verrassende noviteiten waarmee jij het verschil kan maken! Maar hoe ontstaan al die ideeën en wanneer is een product assortiment-waardig? Charlotte Beek, Marketing Manager bij Nic, geeft antwoord.



Hoe blijven jullie vernieuwend?

“Door continu te kijken naar trends en marktvorkeuren. Maar ook naar social media en andere food-gerelateerde sectoren. Naar de patisserie bijvoorbeeld, of het aanbod van desserts in de betere restaurants. De wereld van smaak is voortdurend in beweging, daar zitten we bovenop. Verder komt de inspiratie ook van onze klanten; van de feedback die we krijgen tijdens workshops én van hun eigen ideeën. De ondernemer weet wat er leeft onder de consumenten en wat ‘hot’ is. Die informatie is goud waard.”

Waar moet een product aan voldoen om in het assortiment te belanden?

“Aan de trends die we zien in de markt, of die eraan zitten te komen. Het totale assortiment moet in balans zijn, met voor elke doelgroep wat wils, zowel jong als oud. De belangrijkste vraag is misschien wel: kunnen onze klanten hier een leuke cent mee verdienen?”

Hoe gaat het kiezen van een product in zijn werk?

“Elk jaar beginnen we ruim vóór de zomer met het assortiment voor het volgende jaar. Ons testpanel bestaat uit collega’s van diverse afdelingen.

Aan hen vragen we of ze een toekomst, dan wel markt zien voor een product. Wat ze van de presentatie, smaak en textuur vinden. Vervolgens gaan we nadenken over de prijs, verpakkingen en de marketingmaterialen om het product te promoten.”

Hoe weet je of iets een succes wordt?

“Dat is soms wel te voorspellen. Écht vernieuwende producten hebben potentie, zeker wanneer daar veel aandacht naartoe gaat, zowel off- als online. Een mooi voorbeeld zijn de Funny Faces uit 2022, geïnspireerd op Mr. Potato Head. Die werden meteen opgepikt, vooral door de jeugd. Maar ook door de ondernemers, die zo eenvoudig de leukste kinderijsjes maken. Inmiddels is dit een echte hit.

Met welke trends houden jullie nu rekening?

“Vooral met de behoefte aan extra luxe. Gasten willen steeds vaker rijk aangeklede ijsjes of ijskoffies met de lekkerste toppings en garneringen. Hetzelfde geldt voor softijs in cocktails en desserts. Daar gaan we zeker meer van zien. Eetbare alternatieven voor plastic of kartonnen cups/ijsbekers zijn ook van belang. Duurzaamheid is een blijvende ontwikkeling. Als marktleider met een voorbeeldfunctie blijven we hier op door-innoveren. Dat is niet altijd de makkelijkste weg, maar wel de juiste.”



Creatief met fruitcocktails

Fruitcocktails zijn ontzettend veelzijdig en zowel warm als koud te serveren. Een uitkomst in alle seizoenen, inclusief de winter! Denk bijvoorbeeld aan winterse creaties met smaken als rum-rozijnen, appel-kaneel en warme kersen. Deze klassieke smaakcombinaties zijn tijdloos en spreken elke generatie aan. Drie tips voor de lekkerste fruitvariatie.

Varieer in de laagjes en creëer smaakvolle coupes voor alle seizoenen

1

Let's go!

Serveer je softijs mét fruitcocktail in een eetbare oublie cup. Ideaal voor gasten om mee te nemen, bijvoorbeeld tijdens een wandeling!



2

Laagje voor laagje

Maak een luxe softijscoupe. Door jouw ijscoupe op te bouwen in laagjes, combineer je de fruitcocktail met heerlijke, bijpassende garneringen. Het resultaat is een extra smaakvolle coupe voor alle seizoenen!

3

Perfecte combi

Combineer een (warme) fruitcocktail en softijs met andere producten in je assortiment. Denk bijvoorbeeld aan pannenkoeken en warme wafels, of juist aan lokale producten die jouw gasten aanspreken; van Zeeuwse bolus en Limburgse vlaai tot het lekkerste plaatgebak.



Het succes van Chicky's

Chicky's Fresh Potatoes is populair bij locals en toeristen. Met dank aan een geweldige combinatie: kip, verse frites en softijs. Eigenaar Marieke kiest voor lekker veel variatie op de (ijs)kaart. Haar tip? "Wees creatief en blijf dingen uitproberen!"

Chicky's Fresh Potatoes is al vijf jaar op rij het 'Beste restaurant van Putten'. Hier draait (bijna) alles om kip en verse frites. Op het menu staan de lekkerste kipproducten; van saté en schnitzel tot krokante kipvleugels. Voor de drumsticks en vleugels geldt het principe 'All you can kluif'. Tegen de open keuken staan grote kratten met aardappels, de fresh potatoes voor de frites. Hiernaast bevindt zich de ijshoek voor het maken van de lekkerste sundae's, sorbets en coupes. Eigenaar Marieke Berger (25) biedt een ijskaart vol desserts, allemaal op basis van softijs. Plus een aparte seizoenskaart met sundae's. "Softijs is razend populair", zegt Marieke. "En je kunt er de gaafste dingen mee doen. Zoals onze ijsproeverij van vanille-room softijs met drie verschillende toppings. Ik laat mijn medewerkers de toppings kiezen, die zijn daar heel creatief in. Uiteraard heeft de gast het laatste woord, maar de meesten laten zich graag verrassen."

Churros en Affogato

Op de ijskaart staan ook Chicky's vrolijke sorbet (van tropisch fruit met zacht-zoete saus, aardbei topping en slagroom) en een sorbet rum-rozijn likeur, volgens Marieke een van de bestsellers. Maar dat is nog lang niet alles. We zien ook churros met softijs, een Coupe Sundae, Sundae Speciaal en een verrukkelijke Affogato. Dit Italiaanse ijsdessert bestaat uit softijs overgoten met espresso en chocolade- of karamelsaus. "Die is echt populair", zegt Marieke. "Zeker na het eten. Als mensen niet kunnen kiezen tussen koffie of ijs, nemen ze gewoon een Affogato." Volgens de eigenaar is er de hele dag vraag naar softijs. "Van oublie's en sundae's tot milkshakes en desserts. Het is tijdsloos én veelzijdig. We hebben ontzettend veel toppings en verkopen het hele jaar door softijs. Want ook in de winter is er veel vraag naar

een coupe, shake of sorbet, maar dan met iets warmere smaken, zoals karamel, chocolade of kersen."

'Gasten triggeren'

Op de seizoenskaart van Nic staan drie verschillende sundae's. "Die kaart ligt altijd op tafel", zegt Marieke. "Dat komt de verkoop zeker ten goede. Hier staan vaak de wat specialere smaken op, zoals softijs met Spicy Orange en Lotus Biscoff® Crunch. Dat klinkt op zich al verleidelijk, maar door het visueel te maken, trigger je de gasten nog eens extra. Zo kun je ze blijven verrassen." Volgers van Chicky's Fresh Potatoes zien de creaties ook op Instagram voorbijkomen. "We posten best veel", zegt Marieke. "Foto's én filmpjes. Bijvoorbeeld van het makingsproces en het uitserveren op een zonovergoten terras. Daar gaan de mensen echt goed op."

'Veel combinaties'

Putten ligt in een toeristische regio, met veel campings. Hoe speelt Marieke daarop in? "We verspreiden flyers op de campings", vertelt ze. "Zodat men beseft dat we hier zitten. Vooral ouders met kinderen weten ons te vinden, vanwege de combinatie van kip, verse frites en softijs. Die is laagdrempelig en uitnodigend tegelijk. We bezorgen ook, zelfs het softijs. Mits de afstand niet te groot is. Dan vriezen we het eerst even in, zodat het langer goed blijft." Tot slot: heeft ze nog een tip voor collega-ondernemers? "Blijf dingen uitproberen", zegt ze stellig. "Wees creatief en bied veel combinaties aan, want daar houden de mensen van. Zelfs smaken waar je niets van verwacht, kunnen uiteindelijk heel goed gaan lopen. Zo vond ik advocaat met softijs altijd een wat gekke combi, maar daar komen de mensen echt voor!"



***'Blijf creatieve
combinaties
maken, daar
houden de
mensen van'***



Trek meer vaste gasten!

Terugkerende klanten zijn vaak goed voor minstens de helft van de omzet. Door deze klanten tevreden te houden, trek je ook weer nieuwe softijs-liefhebbers aan. Vaste gasten zorgen namelijk voor een positieve mond-tot-mondreclame, bijvoorbeeld onder consumenten die nog geen weet hebben van jouw softijscreaties. Met de volgende tips zorg je voor een loyale klantengroep!

**Nodig
gasten uit
om te
reageren**

1 Blijf verrassen

De consument van tegenwoordig wordt graag verrast met nieuwe smaken en producten. Zorg daarom regelmatig voor een update van jouw ijskaart. Natuurlijk kun je de meeste succesvolle smaken standaard in het assortiment houden, maar door af en toe iets nieuws te introduceren, blijven je gasten nieuwsgierig. Promoot bijvoorbeeld elk seizoen een speciaal seizoens-ijsje met nieuwe toppings en garneringen. Zo trigger je jouw gasten om te blijven komen en steeds weer iets nieuws uit te proberen. Met de seizoenskaarten van Nic wordt verrassen een koud kunstje!

2

Sfeer en service

Net zo belangrijk als lekker softijs, is een goede sfeer in je zaak. Denk hierbij niet alleen aan een gezellig interieur, maar ook aan (extra) gemotiveerde werknemers. Onthoud je vaste gasten bij naam en onthoud de eventuele dieetwensen en smaakvoorkeuren. Zo voelt iemand zich extra welkom en gewaardeerd! Laat je gasten regelmatig iets nieuws proeven; hiermee betrek je ze nóg meer bij de zaak en kun je tegelijk testen of je nieuwe creaties in de smaak vallen.

3

Acties

Beloon vaste gasten met speciale acties waar ze van kunnen profiteren. Bijvoorbeeld met een loyaliteitsprogramma, inclusief een stempelkaart waarmee men spaart voor een gratis ijsje. Elke (spaar)actie is immers een extra reden om naar jouw zaak te komen!



**Breng je
seizoens-
smaak
onder de
aandacht**



**Speel
in op
evenementen**

4 Wie de jeugd heeft...

Niet alleen volwassenen, maar ook kinderen zijn belangrijke vaste gasten. Zorg daarom dat ze enthousiast worden van jouw ijscreaties, bijvoorbeeld door vrolijke en opvallende producten toe te voegen. Met bijvoorbeeld onze Funny Face suikerelementen of Cool Kids spaarbekers laat je al snel een onuitwisbare indruk achter. En enthousiaste kids kunnen zomaar eens jouw loyaalste gasten van de toekomst worden. Bovendien stemmen veel ouders hun keuze voor een zaak af op hun kinderen. En welk kind wil nu niet alle spaarbekers verzamelen?

Wil je maandelijks leuke posts ontvangen die je kunt gebruiken op social media? Meld je dan aan voor onze speciale social media nieuwsbrief!



5 Online marketing

Laten we eerlijk zijn: internet en social media zijn tegenwoordig onmisbaar om in contact te blijven met je gasten. Zorg ervoor dat je snel en eenvoudig vindbaar bent in de zoekmachines door op Google een 'Mijn Bedrijf' profiel aan te maken. Wanneer je softijs verkoopt op een unieke locatie, of in een restaurant of lunchroom, is ook het aanmaken van een TripAdvisor account ten eerste aan te raden. Veel toeristen stemmen daar namelijk hun keuzes op af! Tot slot: maak je gebruik van leuke acties en/ of heb je een wisselend assortiment? Deel dit dan op social media. Zo weten jouw volgers altijd wat er speelt in je zaak en worden ze sneller overtuigd om langs te komen.

Laat je inspireren



VAN WORKSHOP TOT WINST

Nic biedt ook de komende maanden weer een divers aanbod van workshops. Zowel gericht op inspiratie voor het najaar, als op het maken van luxe softijsdesserts en -coupes, bijvoorbeeld voor op het terras. Schrijf je nu in, om straks het verschil te maken!

SOFTIJS VOOR ELK SEIZOEN

Blijf je klanten verrassen door in te spelen op de seizoenen. Download de seizoenen promoties van onze website of vraag ze aan bij je Nic vertegenwoordiger!

