

Beste Introductie 2007

Beste conceptintroductie: eervolle vermelding



Reactie jury:

'Simon Lévelt to go laat zien welke mogelijkheden het out-of-homekanaal biedt om de consument onderweg te verleiden. Het shopconcept benut de impulsaankopen van koffie en thee, juist in combinatie met food, op geniale wijze. Een vernieuwend, zeer laagdrempelig en goed neergezet concept dat de consument verleidt om kennis te maken met alles wat Simon Lévelt te bieden heeft en dat wij ook in Nederland rijp zijn voor koffie en thee to go!'

'Persoonlijke aandacht essentieel bij Simon Lévelt to go'

Concept: Simon Lévelt to go
Firma: Simon Lévelt
Koffiebranderij en Theehandel
Operationeel manager to go: Giancarlo Matarazzi

In april van het afgelopen jaar opende de Nederlandse koffie- en theewinkelketen Simon Lévelt in het centrum van Utrecht de allereerste Simon Lévelt to go. In de exclusieve winkel biedt Simon Lévelt koffie- en theeproducten voor onderweg. De consument vindt er een zeer breed assortiment koffie- en theespecialiteiten, producten 'voor erbij' en seizoensitems als ijskoffie en ijsthee. Een inmiddels bewezen succesvol concept waarvan de jury in de verkiezing Beste Introductie 2007 zeer onder de indruk was, getuige de toekenning van een Eervolle Vermelding. "Heel eervol om zo te worden beoordeeld", zegt Giancarlo Matarazzi, operationeel manager to go van Simon Lévelt in Haarlem. "Met name opmerkelijk dat wij al binnen een half jaar zo in de picture staan. In de Nationale Koffietest van het AD scoorde onze koffie als nummer acht van Nederland en als beste van Utrecht. Het is duidelijk dat we met onze producten en het concept in de roos schieten."

Consumentenvraag

Met Simon Lévelt to go beantwoordt de keten de toenemende consumentenvraag naar topkwaliteit versgezette koffie- en theespecialiteiten voor thuis of onderweg. "Er is veel aandacht voor grote orga-

nisaties als Starbucks", bevestigt Matarazzi. "In dergelijke formules raakt het kernproduct koffie en thee echter snel op de achtergrond. Er is meer aandacht voor smaakjes, variaties en de functie van gezellige ontmoetingsplek. Simon Lévelt to go onderscheidt zich door veel aandacht te besteden aan een goed product voor onderweg. Daarbij is er ook veel aandacht voor thee. We bieden een ruim assortiment, vers gezet van losse thee. Waar mogelijk en kwalitatief verantwoord is het assortiment biologisch. Maar met mooie producten alleen ben je er niet. Het allerbelangrijkste in Simon Lévelt to go is dat alle medewerkers een grote productkennis van koffie en thee hebben. Van de teelt tot de bereiding. Alle medewerkers hebben een hoog basisoniveau ten aanzien van het bereiden van koffievriaties en thee. Onze mensen maken het verschil", aldus Matarazzi.

Beleving

Kernwoorden in het concept zijn topkwaliteit, herkomst en beleving. Van het product via de mensen tot aan de speciale geribbelde bекers die de dranken lang warm houden en het verbranden van de handen tegengaan. Een totaalconcept dat duidelijk aanslaat. "We zien een groeiend aantal



In de Simon Lévelt to go in Utrecht wordt de oorkonde behorende bij de Beste Introductie getoond door onder meer Giancarlo Matarazzi en Mikkel Lévelt (geheel rechts).

vaste gasten", zegt Matarazzi. "Zij komen terug voor de kwaliteit van het geserveerde product. Daarnaast is de persoonlijke aandacht en herkenning van klanten een essentieel onderdeel van het succes. Iedere medewerker, een barista, krijgt intensieve begeleiding en is optimaal getraind door ervaren mensen. De medewerkers weten niet alleen wat en hoe ze het product serveren, maar zijn zich ook bewust van alle hygiëneaspecten. Schoon werken is een vereiste en dat ziet en proeft de klant", aldus Matarazzi die een uitbreiding van het concept aankondigt. "Simon Lévelt to go wordt dit jaar verder uitgerold."