WINTER '20/'21

Serious FUN

SOFTIJSMINIMAG VOL TRENDS, CONCEPTEN & INNOVATIES

Van goed naar beter!

Nic
De softijsmeester
FRUSCO Frisiana

NIEUWE TIJDEN, NIEUWE KANSEN

Het jaar ligt bijna achter ons. Dat geldt niet voor het ijsseizoen, want dat duurt eindeloos! Met alle creatieve smaken en combinaties in het Nic assortiment kun jij ook tijdens de winter goed verdienen aan de lekkerste ijsjes, shakes, sundae's en coupes. Zo vlak voor de feestdagen is het een goed moment om even terug te blikken op het afgelopen jaar en vooruit te kijken naar het jaar dat komen gaat.

Om met het eerste te beginnen: wat een jaar vol oranje-getinte evenementen moest worden, werd voor velen van ons een moeilijk jaar met tal van uitdagingen. Ook in 2021 lopen veel zaken anders dan we gewend zijn. Dat geldt niet in de laatste plaats voor de manier waarop je geïnformeerd zal worden door leveranciers, maar ook hoe je zelf aan informatie zal moeten komen. Digitale nieuwsbrieven, social media, online workshops en instructiefilmpjes zullen deel gaan uitmaken van het gewone leven, méér nog dan ze nu al doen. Ook Nic zal zich wat dat betreft niet onbetuigd laten.

METEN IS WETEN

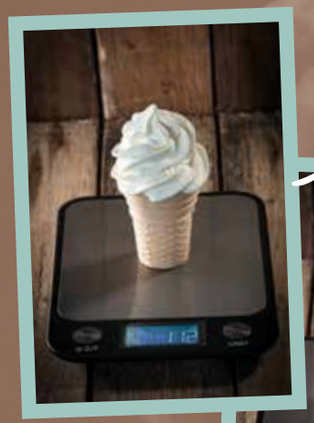
Gelukkig is er ook veel dat we wel zelf in de hand hebben. Succes kun je maken, door te blijven streven naar betere resultaten. Een beter rendement, bijvoorbeeld, of betere kwaliteit coupes en desserts. Ziedaar de rode draad in deze Serious Fun. We nemen je mee in de wereld van 'meten is weten' en 'weten is verbeteren'. De fastservice herstelt zich als eerste én snelste van de horecadip. Gemak (denk aan take away), laagdrempeligheid en kwaliteit zijn de criteria waarop veel consumenten zich nu baseren. Die vinden ze in de fastservice, zoals ook na de financiële crisis van 2008 het geval was. Hier kun jij dubbel en dwars van profiteren. Ten eerste door jouw gasten te verleiden met de lekkerste ijscreaties en zo extra meerwaarde te creëren, ten tweede door het rendement op je softijs te vergroten. Dat kan bijvoorbeeld door het ijs lekker luchtig te houden. De hoeveelheid lucht is namelijk direct van invloed op de kostprijs van het ijs, én op de kwaliteit.

WIL JE MEER INSPIRATIE, TIPS EN TRICKS? JE VINDT ZE OP DE VOLGENDE PAGINA'S!

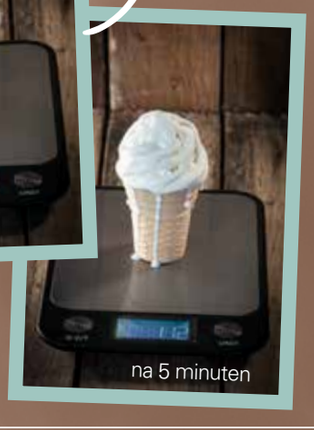
It's in the air!

Wist je dat de luchtopslag in het softijs niet alleen invloed heeft op jouw rendement, maar ook op de kwaliteit van het ijs? Softijs met voldoende lucht is lekker stevig, smelt minder snel en geeft een prettig mondgevoel, waarbij het ijs minder koud en extra romig aanvoelt. En omdat je voor lucht niets betaalt, wordt de kostprijs van het ijsje nóg aantrekkelijker.

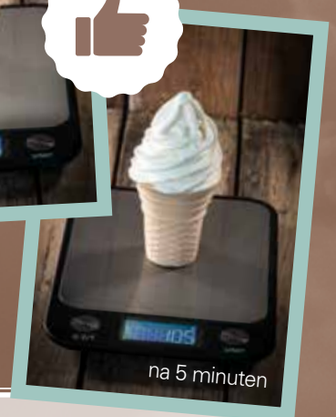
Maar wat moet die luchtopslag dan zijn en hoe controleer je die? En ook: wat kun je eraan doen als de opslag niet goed blijkt te zijn? We zetten de antwoorden voor je op een rijtje:



50-60% LUCHTOPSLAG



80% LUCHTOPSLAG



1. De meest wenselijke luchtopslag is 80%. Dit betekent dat een liter (aangemaakte of kant-en-klare vloeibare) ijsmix in totaal 1,8 liter softijs geeft. Oftewel: het volume neemt met 80% toe.

2. Netto ijsmix – Netto softijs; deel de uitkomst door netto ijs en vermenigvuldig dit met 100% = luchtopslag. Dit klinkt misschien als hogere wiskunde, maar dat is het niet. Neem een klein bakje, vul dit met vloeibare mix en weeg het af. Vul hetzelfde bakje met softijs (glad afstrijken) en weeg ook dit af. Trek dit gewicht af van het gewicht van het bakje met ijsmix. Deel de uitkomst door het gewicht van het bakje met softijs en vermenigvuldig dit met 100%. Je weet nu je luchtopslag!

Is de uitkomst 80%? Gefeliciteerd, je mag door naar pagina 5.

3. Niet goed? Verhoog dan de toevoer van lucht in jouw machine. Als je niet weet hoe dit moet, of als je twijfelt of jouw machine technisch wel in orde is, schakel dan de hulp in van de machineleverancier. Tip: speel altijd op zeker door voor de beste A-kwaliteit softijs te kiezen! Deze is in staat om de vereiste 80% luchtopslag te bereiken.

Slim tappen!

Net als de luchtopslag is ook de hoeveelheid softijs van invloed op de kostprijs. Hoeveel ijs jij tapt, is uiteraard aan jezelf, maar misschien heb je iets aan de volgende tips:

1. Tap het softijs op de rand van het hoorntje. De klant beoordeelt het formaat aan de hand van wat hij ziet. Het ijs zakt vanzelf in het hoorntje en dus hij zal geen leeg hoorntje ervaren.
2. Zorg voor een beetje afstand tussen de tapkop en het hoorntje. Zo valt het softijs er luchtig op en creëer je meer volume.
3. Weeg jouw ijsjes eens en bepaal zo de kostprijs. Daarna kun je met de gewenste marge jouw verkoopprijs bepalen.
4. Organiseer een taptraining met jouw medewerkers en maak er een competitie. Als ze een (pr)ijsje kunnen winnen, worden ze vast bloedfanatiek!

HELE HOORNTJE GEVULD

OP DE RAND GETAPT

Bewust tappen voor een optimaal rendement.

Ons advies:

Kleuterijsje: 50-55 gram
Oublie small: 65-70 gram
Vierkante beker: 70-75 gram
Oublie normaal: 80-85 gram
Oublie large: 95-100 gram
Reuzenbeker: 100-105 gram

Luchtopslag goed? Tapgewicht goed? Ga door naar de pagina's 6 en 7!

WINTER? BOOST JE WINST!

NATUURLIK VERKOOP JE IN DE ZOMER GEMAKKELIJKER SOFTIJS DAN IN DE WINTER. MAAR MET EEN BEETJE AANPASSING EN CREATIVITEIT IS SOFTIJS OOK IN DE KOELSTE MAANDEN EEN ZÉÉR ONDERSCHEIDEND PRODUCT VOOR JOUW ZAAK. DAARNAAST LAAT ONDERZOEK ZIEN DAT WIE IN DE WINTER IJS VERKOOPT, DAARMEE ZIJN ZOMER-OMZET STIMULEERT. DAAR WAAR JE NAMELIJK JE IJSJES IN DE WINTER HAALT, DOE JE DAT OOK IN DE ZOMER!

TIPS

1 TAKE AWAY

Richt je op ijsjes als dessert, nadat de gasten bij jou een maaltijd genoten hebben. Denk ook aan ijsjes die eenvoudig meegenomen kunnen worden door afhalers. Sundae's en sorbets zijn ideaal voor take away!

2 HOGE WOW-FACTOR

Zit je op een locatie met veel passanten? Combineer jouw softijs dan met een warme bubble wafel, voor een extra hoge wow-factor én hogere kassa-aanslagen.

3 SMALLER ASSORTIMENT

Maak je assortiment wat smaller. Zo voorkom je derving en blijven de producten die jij verkoopt goed van kwaliteit.

4 WINTER SPECIALS

Maak gebruik van een apart kaartje met winterse specials en smaken die zijn aangepast aan het seizoen.

SHAKE IT & MAKE IT!

Wist je dat Nederland Europa's grootste milkshakeland is? Per hoofd van de bevolking worden hier de meeste liters milkshake gedronken. Daarnaast is de verkoop van milkshake het hele jaar door stabieler dan de verkoop van ijs. Kortom: ook met milkshakes kun je in de winter het verschil maken! Kies voor de smaken van het seizoen en bied jouw milkshakes aan in combinatie met een menu, óók voor take away en bezorgen. Beide hebben in 2020 een enorme vlucht heeft genomen en daar pluk jij de vruchten van. Terwijl iedereen wel frisdrank in de koelkast heeft staan, beschikt de consument thuis niet over een lekkere milkshake. Maar jij wel! Need we say more?

RECEPT VOOR SUCCES

Float away!

WAT HEB JE NODIG

1 (dubbele) espresso
110 gram softijs
20 gram gezouten karameltopping
5 gram mini spekkies
10 gram mix choc

Breng u gasten in Italiaanse wintersferen met deze originele Float. Geïnspireerd op de Affogato, een drankje waar ijs in drijft (Affogato is Italiaans voor 'verdronken'). Zoek in de koudste maanden de combinatie met een warme drank, zoals bijvoorbeeld koffie of chocolademelk. In dit geval drijft het softijs met topping en garnering op een heerlijk aromatische espresso. Erg lekker als drankje tussendoor, maar ook super als dessert. En hoe dan ook onderscheidend!

WERKWIJZE:

Doe de espresso in het glas en tap daar het softijs op. Doe de topping op het ijs en garneer met de mini spekkies en mix choc. Serveer de Float met een lange lepel en een papieren rietje.

MEESTERS IN DE VERLEIDING

ROBÈRE LEPOUTRE GAAT ALTIJD VOOR HET HOOGSTE RENDEMENT. DAT DOET HIJ DOOR ZOWEL DEFENSIEF ALS OFFENSIEF TE ONDERNEMEN. OFTEWEL: GELD BESPAREN ÉN MEERWAARDE CREËREN, OM ZO EEN HOGERE PRIJS TE KUNNEN REKENEN. BIJ BEIDE KRIJGT HIJ HULP VAN NIC.

Robère is mede-eigenaar van Lepoutre, een onderneming met cafetaria's en eethuizen in Wijchen, Grave en Oss. Op zijn achtste verkocht hij zijn eerste softijsje, in de zaak van zijn ouders. "We hadden een van de eerste softijsmachines van het land", lacht hij. "Mét drie kranen, pedalen, wit en roze ijs. Dat was begin jaren zeventig. De softijstrend was net overgewaaid uit Amerika, gevolgd door de milkshake-trend."

HET EFFECT VAN GOEDE FOTO'S

De laatste jaren verkoopt Robère meer milkshakes dan ooit. "Die stijging is echt spectaculair", vertelt hij. "De verkoop van softijs blijft relatief stabiel. We hebben ook schepijs, maar de massa gaat echt voor softijs. Die verwerken we ook in onze desserts. Met coupes kun je meerwaarde geven aan het ijs. Dat doen we in samenwerking met Nic. Jaarlijks overleggen we over onze ijskaart en komt Nic met foto's, kaarten en ander promomateriaal. Dat is redelijk tailor made." De eigenaren van Lepoutre zijn meesters in de verleiding, want al het promotiemateriaal legt ze geen windeieren. Robère: "Een aantal jaren geleden veranderden we ons softijsassortiment, inclusief de mooie foto's, posters en narrow-casting. Plus meer coupes, Shuffles en nieuwe toppings. Dat eerste jaar hadden we een minder goede zomer, we gebruikten over 5 filialen zo'n 20 dozen minder ijsmix. Toch plusten we dat jaar met ruim 40.000 euro op onze ijsverkoop. Puur door het effect van de toegevoegde waarde, waardoor de gemiddelde besteding per klant fors omhoogging."

DEFENSIEF EN OFFENSIEF

Robère maakt een onderscheid tussen defensief en offensief ondernemen. Bij 'defensief' bespaar je geld, door bijvoorbeeld te meten hoeveel ijs je tapt, de luchtopslag in de gaten te houden en zuinig te zijn op je machines. Robère: Als je elk jaar de tandwielen van je ijsmachine vervangt, bespaar je gewoon geld. Veel ondernemers deinzen terug voor de investering van 300 tot 400 euro per machine, maar met jaarlijks nieuwe tandwielen blijft de luchtopslag in je ijs altijd gelijk. Met tandwielen die ouder zijn dan een jaar, wordt die luchtopslag vanzelf minder en gebruik je teveel ijsmix."

MEERWAARDE CREËREN

Onder 'offensief ondernemen' verstaat Robère het creëren van meerwaarde. "Bijvoorbeeld door je radartorentjes geen radartoren te noemen, maar een kinderijsje of kleuterijsje. Dat maakt het voor een volwassene minder aantrekkelijk om zo'n ijsje te bestellen. Die kiest dan vanzelf voor de wat grotere en duurdere ijsjes. Verder moet je jouw specials, sundae's en coupes zo aantrekkelijk mogelijk maken, met toppings, sauzen, vers fruit en andere garneringen. In de winter zijn dat bijvoorbeeld de warme kersen- en rum-rozijnen coupes."

WORKSHOP PROEFLOKAAL

Alle kleine beetjes helpen, zegt Robère. "Bij elkaar scheelt dat wel een paar procent van je jaaromzet. Wat dat betreft hebben we een goede partner aan Nic, want die komen met tips om je rendement te verhogen. We hebben ook

een workshop gevolgd in het softijs proeflokaal, daar steek je echt iets van op. Het maakt je bewust van wat je doet, bijvoorbeeld hoe jij je ijs tapt. Dan kun je jouw mensen ook beter inwerken." Robère schuwt de investeringen niet. Een van zijn laatste investeringen is een nieuw kassasysteem van Cikam. "Die laat de klant kiezen tussen pinnen of contant. Bij contant betalen wordt het (wissel)geld automatisch in- en uitgeschoven. Dat is goed voor de hygiëne, de werkdruk, de veiligheid en de efficiency. Een vreemde krijgt die kas echt niet zomaar open en hij maakt zelf dagelijks de balans op. Je kunt afromen en bijvullen op maat. Dit alles scheelt twee à drie uur per dag, over al onze vestigingen. En kasverschillen, al dan niet opzettelijk, horen hiermee tot het verleden. Ook dát is een investering die zichzelf terugverdient. Zo werken we continu aan het allerhoogste rendement."

GOED VOOR IEDEREEN

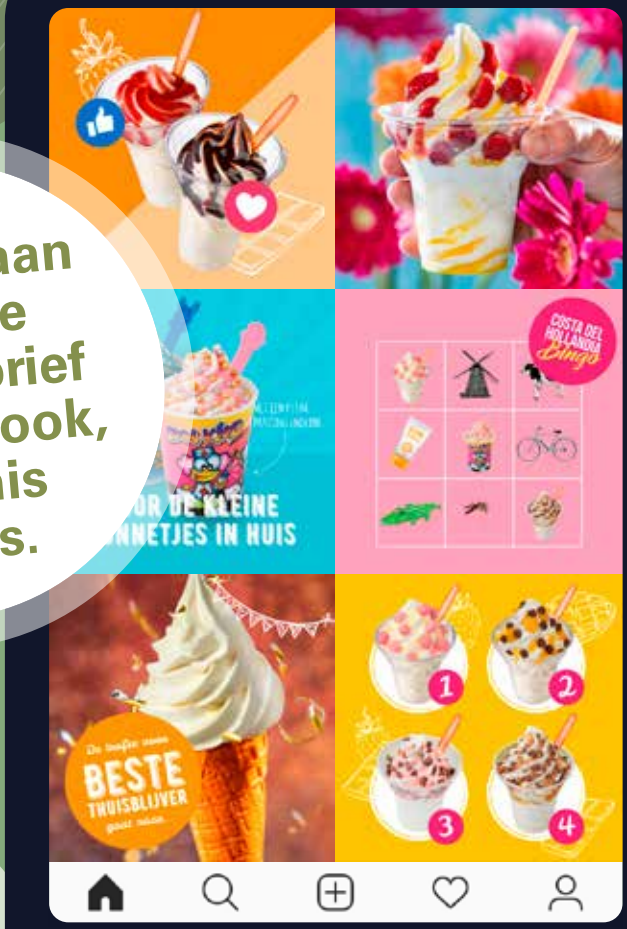
LEKKER VOOR HET MILIEU!

Steeds meer mensen gaan bewust om met afval. Een goede zaak, want ons milieu heeft ernstig te lijden onder de 'plastic soep'. Vooral jongeren zijn kritisch op het gebruik van plastic bekers en andere wegwerpartikelen. Niet voor niets stappen veel ondernemers over op duurzame disposbales, om hun plastic afvalberg tot het minimum te beperken. Doe mee met de duurzame trend en laat je van je groenste kant zien! Dat is niet alleen goed voor het milieu, maar ook voor je imago als milieubewuste softijsverkoper. Door nu al in te spelen op een proces dat zich alleen maar verder zal ontwikkelen (inclusief eventuele wetgeving), loop je straks niet achter de feiten aan. Gelukkig is er veel mogelijk: van eetbare sundae oublie cups tot milkshakebekers van milieuvriendelijk geteelde houtsoorten, die ook nog eens composteerbaar zijn. Plus, niet te vergeten: papieren rietjes voor het goede (mond)gevoel.
Nic helpt je om een goede keuze te maken; niet alleen over het lekkerste softijs, maar ook over alles wat goed is voor ons milieu en jouw marges.

Van eetbare cups tot composteerbare bekers: er is veel mogelijk!

Het beste voor jouw marges én het milieu

ORIËNTEER JE ONLINE



Meld je aan voor de nieuwsbrief en Facebook, dan mis je niks.

Nic Nederland
(0182) 63 74 16

Coenecoop 27
2741PG Waddinxveen

info@nicice.nl
www.nicice.nl

Nic
De softijsmeester
FRUSCO Friziana