

# DE KEURSLAGER



## FULLTIME KOK

De trots van Keurslager Groot Culinair

Op bezoek bij Eetwinkel Stronkhorst • 5  
Save the date: het Keurslager event • 11

Nieuw: kosteloos coaching vanuit de VvK • 18  
Marketingplan 2024 • 24



De trots van... Richard Groot

# FULLTIME KOK

## KEURSLAGER GROOT CULINAIR

**Richard Groot greep zijn kans toen de naastgelegen groenteboer zijn vertrek aankondigde. Hij verdubbelde de zaak in vierkante meters, pakte een grootse verbouwing aan en nam een fulltime kok in dienst. Jeffrey (24) werkt pas anderhalf jaar bij Keurslager Groot Culinaire in Alkmaar, maar is nu al een vaste waarde in het bedrijf.**

### VAN HORECA NAAR SLAGERIJ

Mijn moeder José werkt al meer dan 15 jaar voor en met eigenaar Richard. Zij enthousiasmeerde mij om te solliciteren naar de openstaande vacature van kok. Ik werkte bijna 10 jaar in de horeca met inmiddels een aantal jaar een koksopleiding op zak en was toe aan iets nieuws. Een mooie stap om aan de slag te gaan in een slagerij waar culinair gemak hoog in het vaandel staat.

### VERDRIEDUBBELD IN AFNAME

In september 2022 openden we onze deuren en startte mijn avontuur. Voor de verbouwing verkochten we

ongeveer 400 maaltijden per week en telde het assortiment 7 tot 8 soorten. Ruim anderhalf jaar later verkopen we gemiddeld 1.400 maaltijden in de week en is ons aanbod uitgebreid tot wel 20 soorten aan stampotten, pasta's, belegde pizza's, salades, flammkuchen en bowls. Voor ieder type consument ligt er wel wat lekkers in onze vitrine.

### EEN LUST VOOR HET OOG

Richard en José stapten over op volledige zelfbediening met lage wanden. Overzichtelijk voor de klant, maar ook in het contact met en tussen collega's. De routing in onze winkel start bij de maaltijden, waarmee we de klant proberen te verleiden tot aankoop. We maken gebruik van dezelfde bakjes voor een strakke uitstraling en een etiket met allergenenicoontjes. Die rolt zo uit de machine na het invoeren van het recept. We spelen met kleuren in de presentatie van de verpakkingen, spuiten de aardappelpuree op, creëren een krokant laagje of plaatsen een takje of eetbare bloem om diepte aan te brengen. Het blijft een mooi verleidingsspel.

### VERANTWOORDELIJK VOOR MAALTIJDEN

Richard geeft mij de volledige vrijheid over het maken van de maaltijden en gemakproducten. Het vertrouwen wat hij mij geeft, zorgt ervoor dat ik altijd voor het hoogste niveau en de beste kwaliteit ga. Alles wat in de

winkel ligt moet op restaurantniveau zijn en de juiste marge halen. Na jarenlange horecaervaring ken ik voldoende smaken om deze kwaliteit te beoordelen.

### CREATIEF MET ETEN

Ik vind het belangrijk om te blijven vernieuwen in het aanbod. Gelukkig ben ik creatief, maar haal mijn inspiratie ook bij andere bedrijven vandaan. Zo rijden we geregeld naar collega's in België en ga ik graag uiteten om de menukaarten en smaakcombinaties goed door te spitten. Bladeren in kookboeken en op social media hoort hier ook bij. Natuurlijk experimenteer ik ook weleens met ingrediënten en combinaties. Klanten moeten wennen aan nieuwe concepten en daarom bieden we deze meerdere weken achter elkaar aan om te beoordelen of iets aanslaat. Laatst maakten we een pasta met rookworst. Dit wekt nieuwsgierigheid, maar leidt niet altijd tot directe aankoop. Toch nemen klanten het na een aantal dagen of weken mee, en komen erachter dat het verrassend lekker is. Onze standaard, blijft onze standaard. Als een maaltijd niet aanslaat dan halen we het uit ons assortiment en verwerken we de ingrediënten in andere maaltijden. We produceren niet te veel vooraf, zo blijft het lekker vers en onze derving nihil. Mocht een recept vegetarisch zijn, dan schreeuwen wij dit niet van de daken. Bij het gebruik van een vegasticker denkt het brein: 'hmm, hier zit helaas geen vlees in' en valt de



keuze al snel op een ander gerecht. Wij vinden dat klanten maaltijden moeten meenemen omdat het er lekker uitziet.

### VERSE EN SEIZOENSGEBONDEN PRODUCTEN

Ons motto is om enkel met verse en seizoensgebonden producten te werken. We maken alles zelf, ook de sauzen en soepen. We gebruiken geen diepvriesgroenten maar vers van de groenteboer. We stapten over op een groenteleverancier uit mijn horecaverleden die hun groentes overal ter wereld vandaan halen voor de beste kwaliteit. Op maandagen scroll ik door hun aanbod, om op internet te zoeken naar bijpassende smaken voor het perfecte gerecht. Daarin onderscheiden we ons echt. De supermarkt naast onze Keurslagerij levert fabriekswerk. Misschien wel voor 1 of 2 euro per kilo minder, maar klanten geven het liever uit bij ons voor een verse, verantwoorde en smaakvolle maaltijd.



### DE REFLECTIE VAN SEBASTIAAN OTTEN

Langzaam zien we onderweg steeds meer Keurslagers die een kok in hun team opnemen. Naast de veel aantrekkelijkere werktijden voor hen, brengt het jou als ondernemer een extra toegevoegde waarde aan je team met nieuwe inzichten en focus op presentatie. Maaltijden en snack/gemakproducten passen exact in de levensstijl van de gemaksgeneratie, millennials en generatie Z. Denk bij het aantrekken van deze doelgroepen dus ook aan uitbreiding van je team uit de horeca, zoals bij Keurslager Groot Culinaire met Jeffrey.