

«We kennen klanten bij voornaam»

HAASDONK

Keurslager De Burggrave-Van Moer uit Haasdonk mag zich een jaar lang de beste keurslager van het land noemen. Zaakvoerders Filip De Burggrave en Ann Van Moer kregen de Retail Award 2012. Vooral klantvriendelijkheid en service geven bij die prestigieuze prijs de doorslag. «We hebben veel klanten en toch proberen we iedereen met de voornaam aan te spreken. Mensen appreciëren dat.»

KRISTOF PIETERS

De Burggrave is in Haasdonk en ver daarbuiten een klinkende naam. Met Filip De Burggrave is dan ook al de vierde generatie slagers actief. «Mijn overgrootvader Gregorius heeft in 1897 ons eerste varken geslacht», weet hij. «Ook mijn grootvader en vader waren slagers. Mijn vader Marc is daarnaast altijd actief gebleven als veehandelaar. Nu levert hij nog steeds aan onze zaak en daardoor krijgen we natuurlijk de mooiste stukken vlees», lacht Filip.

Gastvrijheid

Toen hij de slagerij overnam, behaalde Filip het diploma van keurslager. «Elk jaar krijgen we één of twee keer controle op meer dan tweehonderd punten», legt hij uit. «Ik ben fier dat we dit label al zo lang dragen. In heel België zijn we maar met een 200-tal. Die kregen allemaal een mysteryshopper over de vloer. Die beoordeelde elke zaak op klantvriendelijkheid, service en gastvrijheid. Ook het interieur,



Filip De Burggrave en Ann Van Moer met hun hele team. Foto Pieters

30 TOT 40 PROCENT VAN ONS CLIËNTEEL KOMT VAN BUITEN DE GEMEENTE

Filip De Burggrave

de netheid, productkennis en het aanbod werden gequoteerd. Op basis daarvan gingen 25 slagerijen naar de finale van de award.» Keurslagerij De Burggrave-Van Moer kaapte in de finale de felbegeerde prijs weg. «Dit is een bekroning van het werk van de voorbije vijftien jaar», glundert het koppel. «Het is de verdienste van een heel team. We werken namelijk met zes vaste mensen in de winkel en vier losse medewerkers in het weekend. In de keuken staan ook nog eens vier mensen.» Filip De Burggrave koos er van bij de start voor om mee in de winkel te staan. «Ik vind het belangrijk dat klanten me kunnen zien en aan-

spreken. Daarom heb ik een extra slager in dienst genomen. Ik heb er ook altijd een erezaak van gemaakt om zo veel mogelijk klanten aan te spreken met de voornaam. Bij ons hoor je dus geen 'mijnheer' of 'mevrouw', maar wel 'dag Jos' en 'tot morgen, Mariëtte'. Ik ken 80 procent van de klanten bij naam en ook het personeel wordt gevraagd om zo veel mogelijk namen te memoriseren.»

En die klanten zijn zeker niet alleen uit Haasdonk afkomstig. «30 tot 40 procent van ons cliënteel komt van buiten de gemeente», zegt Filip. «We hebben klanten uit het Antwerpse en Sint-Niklaas. We doen ook continu inspanningen om te vernieuwen. Zo waren we één van de eerste zaken die een betaalautomaat installeerden, want geld is niet hygiënisch. Intussen bieden we ook groenten en brood aan. Later gaan we de broodhandel uitbreiden. Veel klanten zijn tweeverdieners die weinig tijd hebben voor boodschappen. Het aanbod verruimen is ook service,» zegt de slager nog.