



Voor de bekende chocolaterie en patisserie DelRey is innovatie en creativiteit erg belangrijk. Niet alleen het assortiment krijgt iedere winter en zomer een update, ook de Chocolate Lounge werd onlangs helemaal opnieuw bekeken.

Bernard Proot – DelRey, Antwerpen

“We willen nog lang blijven bestaan”

“Voor mijn vrouw en mij staat innovatie synoniem voor het blijven boeien van onze klanten. DelRey bestaat al erg lang en ik zou heel graag willen dat het ook nog lang blijft bestaan. Dat betekent dat we zowel de jonge als de iets oudere klanten moeten blijven aantrekken. Maar los van dat alles is onszelf uitdagen en creatief bezig zijn altijd een grote motivatie geweest.”

Hoe pakken jullie dat concreet aan?

“Innovatie hoeft niet altijd hoogdravend of filosofisch te zijn. Voor de Chocolate Bar bijvoorbeeld wilden we gewoon meer beleving rond chocolade creëren. We bieden de klanten chocolademelk aan met cacao van verschillende origine of een verschillend cacaogehalte. Ook maken we ter plaatse chocolademelk met enkele grote pralines met speciale vullingen. Men kan de drankjes meenemen of in de bar opdrinken. Voor wie liever in de Chocolate Bar blijft, hebben we shots en snacks. De U-vormige tafel is ideaal om met vrienden te babbelen, maar we bieden ook gratis wifi aan.”

Is het moeilijk om inspiratie te vinden?

“Eigenlijk is dat een continu proces. We volgen heel nauwgezet wat er gebeurt in de sector, vooral in het buitenland. De trends houden we sowieso goed in de gaten. De interesse voor macarons is de laatste tijd bijvoorbeeld erg toegenomen, maar dat hadden we zien aankomen. Bij ons in de zaak kon je bijgevolg al veel langer macarons vinden. Het houdt voor ons echter niet op bij het open houden van ogen en oren. We maken ook regelmatig tijd om te brainstormen over ideeën en nieuwe zaken uit te werken.”

Wat zijn de criteria waaraan een idee moet voldoen voor het uitgewerkt wordt?

“Het is meegenomen dat een idee op een of andere manier vernieuwend is. Het moet uiteraard lekker zijn, maar ook commercieel interessant.”

Hoe communiceren jullie over de producten en de zaak?

“We hebben een nieuwsbrief, posten berichten op onze Facebook-pagina en soms versturen we een persbericht.”