



Kun je eigenlijk nog wel zonder?

Boomkwekerijbedrijven en hun digitale gezicht naar buiten toe

Veel - maar zeker nog lang niet alle - Nederlandse boomkwekerijbedrijven hebben vandaag de dag ook de beschikking over een eigen website. Wat levert zo'n bedrijfssite nu eigenlijk op en wat moet je als onderneming er allemaal voor doen om digitaal op de markt actief te kunnen zijn en blijven? Vakblad Boom in Business vroeg in de sector steekproefsgewijs rond.

Auteur: Ruud Jacobs

Uit onderzoek van de Duitse hightech-brancheorganisatie Bitkom blijkt dat 84 procent van de Nederlandse bedrijven een eigen website heeft. Hiermee neemt Nederland binnen Europa de vierde plaats in achter Denemarken (88 procent), Zweden (87 procent) en Finland (85 procent). Een van de andere conclusies van het onderzoek is dat vooral kleinere ondernemingen en ambachtelijke bedrijven nog niet optimaal gebruik maken van de mogelijkheden die het internet biedt om bijvoorbeeld nieuwe klanten te werven. Uit de ledenlijst 2010-2011 van de Nederlandse Bond van Boomkwekers blijkt dat nog lang niet alle boomkwekerijbedrijven met een eigen site op het World Wide Web actief zijn.

Volgens NMR Webmarketing, een bureau dat bedrijven (MKB'ers en ZZP'ers) helpt en adviseert bij hun online-activiteiten, biedt een eigen website ook voor boomkwekerijen tal van extra mogelijkheden. Monique van Kempen, bij NMT Webmarketing werkzaam als online lead generation expert, geeft antwoord op een aantal vragen:

Is het hebben van een bedrijfswebsite alleen iets voor de 'grote jongens'?

De online verkopen groeien per jaar. Per sector is dat verschillend, maar we kunnen er niet meer

omheen dat ook de markt voor boomkwekerijen via het internet een zeer belangrijke rol kan vervullen. 84 procent van de Nederlandse bedrijven heeft een website. Echter niet elke website is nuttig te noemen. NMR Webmarketing stelt dat een nuttige website in ieder geval aan de onderstaande voorwaarden moet voldoen:

1. De website wordt gevonden
2. De bezoeker kan snel zijn weg vinden
3. Website heeft een duidelijk doel
4. Vaste plaats in de organisatie
5. Website wordt continue verbeterd wat leidt naar meer resultaat!

Of je nu 'een grote of een kleine jongen bent', internet opent deuren naar afzetmarkten waar je misschien in het verleden maar moeilijk tussen kon komen. Vorig jaar zijn de online verkopen met 22 procent gegroeid. De verwachting voor 2011 is een groei van circa 20 procent (Bron: Het Financieele Dagblad, 26 januari 2011). Je kunt gerust stellen dat er genoeg ruimte is voor nieuwe initiatieven, voor zowel kleine als grote ondernemers. De aanwezigheid van je bedrijf op internet zegt dus meer over je ambitie in de toekomst, dan je huidige grootte.

Welke kansen liggen er ook voor kleine bedrijven?

Op internet is het (op een merknaam na) onbekend hoe groot het bedrijf achter een website is. Met een juiste presentatie, een technisch goed werkende site en een juiste ondersteuning in het eigen verkoop en logistiek proces, zijn er kansen voor elke onderneming. Niet alleen de Business-to-Consumer (B-t-C) markt is interessant, maar er zijn ook grote kansen in de Business-to-Business (B-t-B) markt. Zeker als je een uniek product in je assortiment hebt, kun je door middel van een website een veel groter publiek bereiken. De sleutel tot succes is die niche opzoeken, waar je via het web je succes van wilt maken!

Wat zijn in deze belangrijke vragen die je jezelf als bedrijf moet/kunt stellen?

Wat is mijn doelgroep? Is mijn aanbod geschikt voor internet, is er voldoende aanbod en is dat aantrekkelijk genoeg? Wat wil je bereiken met een website? Is er marktpotentieel op internet, nu of in de toekomst? Als voorbeeld; momenteel zijn er dagelijks 891 zoekopdrachten voor boomkwekerijen. Dit gegeven kan een prima basis zijn om te onderzoeken welke mogelijkheden er nog meer zijn. Een trefwoordenonderzoek helpt

je met het maken van de juiste keuzes. Andere belangrijke vragen om jezelf te stellen: Als je al een website hebt, wordt mijn boodschap (website) ook gevonden? Doet de website wel wat jij wilt? Kan de bezoeker snel zijn weg vinden op de site? Wie is er binnen mijn organisatie verantwoordelijk voor de website?

Hoe en waarin kan een website je als bedrijf helpen?

Een website kan op verschillende manieren helpen. Zie een website als een vertegenwoordiger van je bedrijf die 24 uur per dag voor je kan werken. De website communiceert 24 uur per dag 7 dagen in de week. Je hebt dus een exposure van 168 uur in plaats van 40 uur. Een website kan helpen om een bepaald imago neer te zetten, of helpen om met een bepaalde doelgroep in contact te komen. Door actief gebruik te maken van de mogelijkheden, zoals contactformulieren, polls, social media, forums, het informatieaanbod en uiteraard de producten zelf. De website kan informatie verstrekken, waardoor jij of jouw bedrijf wordt gezien als deskundig. Hierdoor trek je potentiële klanten naar je toe. De website kan leads genereren, waardoor je met nieuwe mensen in contact kan komen. De website kan 'verkopten', waardoor de omzet toeneemt.

Welke (eenvoudige) dingen kun je als bedrijf ondernemen om erachter te komen of een website echt iets toevoegt?

Meten = weten! Het voordeel van een website is dat de resultaten daadwerkelijk meetbaar zijn. Als je statistieken op je website hebt en je doelen hebt ingesteld, kun je monitoren of de website aan je voorafgestelde doelstellingen bijdraagt. Heb je dit nog niet, Google Analytics is gratis en niet moeilijk te installeren. Ook het vragen hoe de klant uiteindelijk bij jou als bedrijf is gekomen, is een simpele maar effectieve methode om bij te houden of de website ook 'offline' verkopen genereert. Vraag aan je klanten wat ze willen en verwachten. Praat met medeondernemers die aanwezig zijn op het internet. Ga met je website om alsof het een medewerker is, investeer erin en verlang prestaties. Geef hem aandacht, volg dagelijks wat er gebeurt, de statistiek vertelt je emotioneel hoe de markt reageert op jouw creatie. Pas hem aan, net zolang tot je tevreden bent over de prestaties en ontdek nieuwe mogelijkheden. Maak budget vrij voor online marketing, schakel deskundige hulp in en verlang rendement!

Rötjes Young Plants - www.rotjes.com

Bernd Rötjes

Wat is het doel van de website?

Klanten informatie geven over ons bedrijf, variërend van een eerste kennismaking, opzoeken van contactgegevens, raadplegen van de actuele voorraad, foto's van bepaalde planten laten zien, laatste nieuwtjes etc.

Heeft de website de verwachtingen waargemaakt?

Ja, er wordt veel gebruik gemaakt van onze website. Met name de actuele voorraad wordt erg veel bekeken. Verder merk ik dat zowel nieuwe klanten als leveranciers en sollicitanten zich eerst op de site oriënteren voordat ze contact met ons opnemen. Voor veel mensen is het dus de eerste kennismaking met ons bedrijf.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal?

Verreweg de meeste aanvragen en bestellingen komen per e-mail en fax binnen. Toch krijgen we ook geregeld een aanvraag binnen via het aanvraagformulier op onze website. Dit is echter al jaren een vrij constante lijn.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

De website is sinds 2006 in de lucht en is 1,5 jaar geleden compleet gerestyled.



Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Het ontwerpen en bouwen van de website hebben we uitbesteed

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Momenteel wordt er door ons zelf en door onze websitebouwer in totaal ongeveer een half uurtje per week besteed aan de site. Binnen ons bedrijf hebben we nu iemand aangesteld die meer aandacht aan de site gaat besteden zodat alles echt up to date blijft. De site is vaak toch de eerste kennismaking met ons bedrijf. Ik verwacht dat dit met een kwartier extra per week mogelijk is.

Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

Ja, je kunt je op een relatief goedkope manier voor een heel breed publiek profileren.

Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

De site mag wat meer up to date blijven en de voorraad moet weer week wekelijks geüpdatet worden de laatste twee jaar is dat er vanwege tijdgebrek nogal eens bij in geschoten.

B&P Handelskwekerijen - www.b-en-p.nl

Gijsbert van Setten

Wat is het doel van de website?

ETALAGE en het werven van nieuwe klanten.

Heeft de website de verwachtingen waargemaakt?

De huidige website niet, maar een nieuwe is in ontwikkeling.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal reacties?

Nee.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

De huidige sinds 2007, de nieuwe gaat binnenkort in de lucht.

Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Uitbesteed.

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Tot nu toe weinig, wordt meer in de toekomst

Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

Nee, maar je kunt niet achterblijven.

Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

Moet nog blijken met de nieuwe site.



Boomkwekerij Toon van Aert - www.toonvanaert.nl

Jenny van Aert

Wat is het doel van de website?

Vergroten naamsbekendheid, het presenteren van het assortiment en nieuwe klanten verkrijgen.

Heeft de website de verwachtingen waargemaakt?

Is moeilijk te meten.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal?

Nee, weinig reactie.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

Sinds 2005.

Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Uitbesteed.

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Bij aanvang van nieuw seizoen als het assortiment geactualiseerd wordt, kost dit enkele uren. Daarna af en toe nakijken of het nog actueel is.

Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

Ja, ondanks dat er geen meetbaar resultaat is, is een website onmisbaar om jezelf te presenteren.



Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

Het kan altijd beter en mooier, maar voorlopig houden we het zoals het is.

Plantentuin Esveld - www.esveld.nl

Dirk van Gelderen

Wat is het doel van de website?

Allemaal! Onze site is erg groot. Meer dan 11.000 soorten planten staan er onder andere op, met korte of lange beschrijvingen en met ruim 25.000 foto's. Dat trekt gelukkig en daardoor wordt er veel gebruik van de site gemaakt (gemiddeld ruim 8.000 individuele bezoekers per dag). Daar vloeit uiteraard uit voort dat alle doelen die hierboven genoemd zijn, bereikt kunnen worden.

Heeft de website de verwachtingen zwaargemaakt?

Ja, de grote meerderheid van onze klanten is particulier. Die klanten maken veel gebruik van internet en zijn duidelijk gewend geraakt om op internet te shoppen. Daardoor komt een steeds groter percentage van de orders die verzonden moeten worden, binnen via de site. In deze categorie is dat al boven de 75 procent van het totaal. Ook kijken veel particulieren op de site en komen vervolgens ons bedrijf bezoeken om bijvoorbeeld planten uit te zoeken of vooraf bestelde planten op te halen. De 'handel' is wat dat betreft een stuk traditioneler en die belt of faxt liever.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal?

Ja, dat stijgt sterk.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

1998.

Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Een groot deel is zelfbouw, maar de software voor de shops is uitbesteed. Wel vul ik continu (en dat is letterlijk bedoeld) de site met updates, alle data zijn door ons gemaakt.

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Dat varieert nogal. Buiten het seizoen wordt er best veel tijd besteed aan de ontwikkeling van delen van de site die wij zelf bouwen en vooral ook aan de data (zoals nieuwe beschrijvingen en foto's). Binnen het seizoen is dat veel minder, maar dan wordt de site toch up to date gehouden door middel van zelfstandig draaiende programma's. Die vinden alle wijzigingen in de eigen database, zoals de actuele voorraad en dergelijke en brengen die zelf naar de site. Hier hoeft ik geen seconde aan te besteden.



Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

In ons geval absoluut. Ik zou niet weten waar ik blijven moest zonder de site. Dan zou ik mij helemaal arm moeten adverteren om in de particuliere markt bekend te blijven.

Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

Nee, wij zijn nooit tevreden, het kan altijd beter. Op dit moment zijn wij aan een algehele redesign van de site bezig, omdat de site in de huidige staat wat te rommelig was geworden en het vinden van de gewenste informatie niet altijd even gemakkelijk was. Ook wilden we wat meer mogelijkheden en functionaliteit, dat wordt er nu ook in verwerkt. De content zelf blijft min of meer hetzelfde. De redesign is begin februari hopelijk helemaal klaar en kan dan de lucht in.

Boomkwekerij Marcel van Leeuwen - www.marcelvanleeuwen.nl

Marcel van Leeuwen

Wat is het doel van de website?

Het doel van de website is in eerste instantie onze bestaande klanten te bedienen. Ons assortiment staat hier actueel op vermeld. Daarnaast natuurlijk ook nieuwe klanten, naamsbekendheid en imago. Maar ook de klanten van onze klanten is een belangrijke doelgroep. Onze klanten hebben zo een goed overzicht van de producten die wij leveren en wanneer deze leverbaar zijn. Daarnaast is het eenvoudig om een foto van het betreffende product te laten zien.

Heeft de website de verwachtingen waargemaakt?

De website is pas in november online gegaan. Pas na het seizoen kunnen wij hier een goed beeld van vormen of de website aan onze verwachtingen voldoet.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal?

Bestellingen en orders kunnen niet via de web-

site geplaatst worden. Hier is bewust niet voor gekozen. Komend seizoen verwachten wij dat de reacties op de site zullen toenemen.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

November 2010.

Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Het bouwen van de website hebben wij uitbesteed aan Interforce, die hebben ook de lay-out van de website vorm gegeven. De opzet van de website en de inhoud hebben wij zelf gedaan.

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Doordat de site pas in november 2010 online is gegaan, is alles nog actueel. Kleine wijzigingen en aanpassingen worden er wel gedaan, maar dat vergt momenteel slechts zo'n anderhalf uur per maand. Een keer per jaar zal het gehele assortiment aangepast moeten worden. De rest van het jaar zal het aantal uren dat wij aan de website besteden beperkt zijn.



Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

Ja, het is immers een visitekaartje voor ons bedrijf. Daarnaast is het een service aan onze klanten.

Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

Op het moment zijn wij tevreden met de website. Wel zullen er nog wat aanpassingen gedaan worden in de actiekalender om het voor de klanten nog duidelijker te maken welke producten wanneer leverbaar zijn.

Boomkwekerij J. van Aken en Zn BV - www.jvanaken-zn.nl

Franz-Joseph van Aken

Wat is het doel van de website?

Wanneer een potentiële klant iets van ons vernomen heeft, dit is dan meestal via een beursbezoek of mond tot mond reclame, dan is het goed dat hij nadere informatie kan vinden via een website. Ook kan hij via de website de betrouwbaarheid en de opbouw van het bedrijf beter bepalen.

Heeft de website de verwachtingen waargemaakt?

Dit is moeilijk te bepalen omdat je vaak niet weet of de website de link gelegd heeft, of wat uiteindelijk de bepalende factor is geweest.

Krijgt u via de site veel reacties en zit er progressie in het aantal?

Nee, er zijn slechts enkele aanvragen, welke ik echt via mijn website binnengehaald heb. Bestellingen kunnen sowieso niet via de website geplaatst worden. Daarvoor zijn voldoende andere moge-

lijkheden. Als je kiest om de verkoop via de website te laten verlopen, vraagt dit heel veel aandacht.

Sinds wanneer is de website in de lucht?

Ik vermoed dat onze eerste site ongeveer 12 jaar geleden te bezoeken was.

Hebt u de site zelf gebouwd of hebt u dat uitbesteed?

Nee, gelukkig hebben wij iemand die hier goed inzicht in heeft, waardoor hij, naar mijn mening, deze site tot een mooi resultaat gebracht heeft.

Hoeveel tijd besteedt u per dag/week aan de site?

Alleen in de zomer besteden wij hier tijd en aandacht aan. Omdat er geen prijzen of speciale aanbiedingen te vinden zijn, is dit voldoende. De leverantie kwam voor de website echter iets te vroeg op gang, waardoor wij geen mogelijkheid meer zagen om de buitenlandse teksten aan te leveren. Dit blijft natuurlijk iets wat je niet uit kan besteden. Het is geen kwestie van eenvoudigweg



de Nederlandse tekst vertalen.

Wegen de voordelen op tegen de kosten voor ontwikkeling/onderhoud?

Er gaat absoluut toch nog veel tijd in zitten en dus geld, maar ondanks dat denk ik dat het voor ons bedrijf belangrijk is deze toegevoegde waarde te kunnen bieden.

Bent u helemaal tevreden of wat zou u graag nog aan de website willen wijzigen?

Zoals ik eerder aangaf de Duitse en Engelse versies moeten nog gebouwd worden. Tevens zou ik bij de aanleg en onderhoud aan kunnen geven welke projecten voltooid zijn. Verder is het van belang dat je site een frisse en vernieuwende uitstraling heeft.