

Internationalisering van de Nederlandse sierteelt

Van export focus naar global business en de rol van marketing

Greenport Aalsmeer, themabijeenkomst Internationaal Ondernemen en Marktstrategie. Aalsmeer, 25 juni 2013, Michiel van Galen

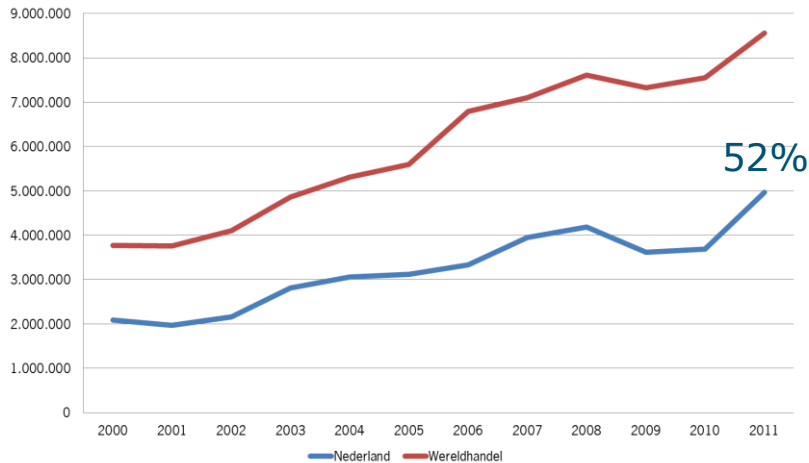


Inhoud

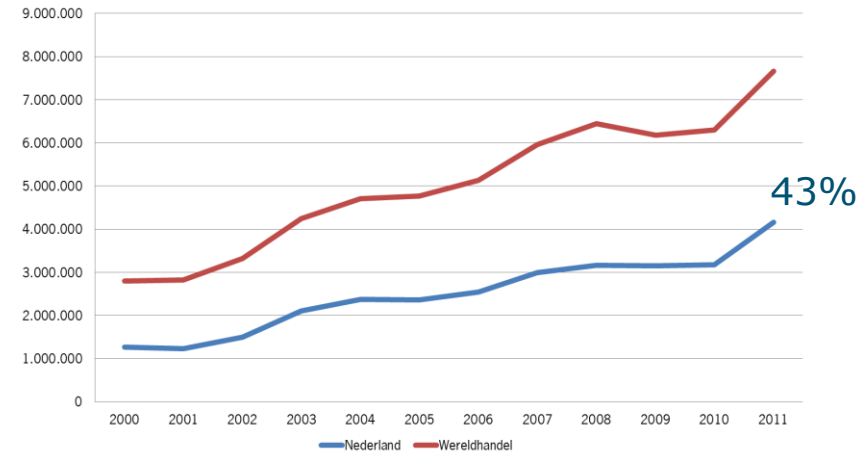
- Nederland wereldwijd toonaangevend in sierteelt
- Veranderingen in bedrijfstak en markt
- Internationalisering en marketing
- Een paar voorbeelden
- Slotoverwegingen

Nederland toonaangevend

Export waarde van snijbloemen, 1.000 dollar
(Bron: VN Comtrade)

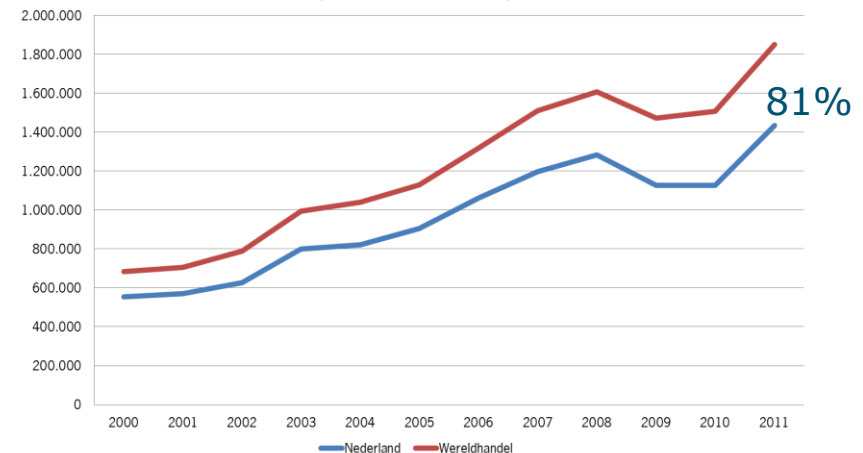


Export waarde van planten, 1.000 dollar
(Bron: VN Comtrade)



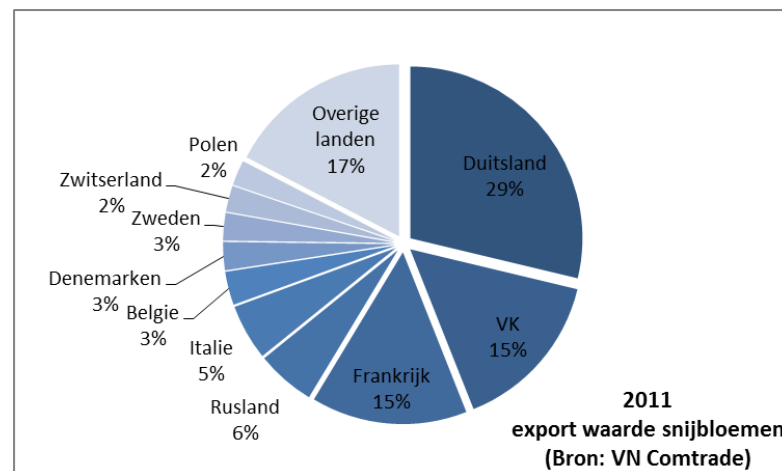
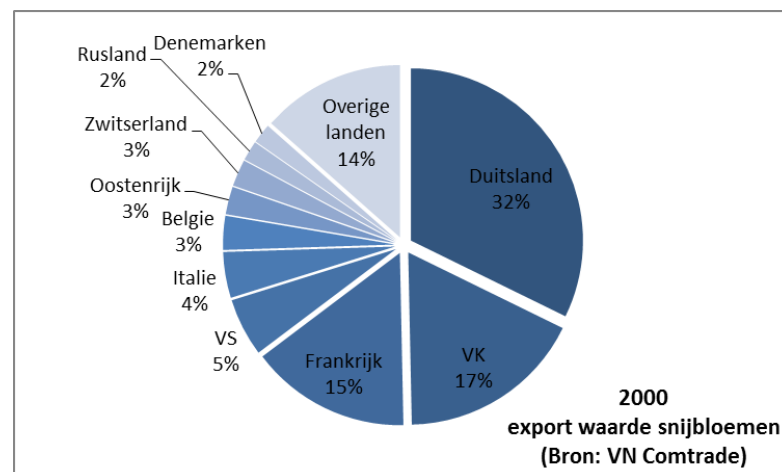
- Wereldhandel neemt sterk toe ondanks dip tijdens de crisis
- Aandeel van Nederland in wereldhandel daalt licht sinds de crisis

Export waarde van bollen, 1.000 dollar
(Bron: VN Comtrade)



Nederland toonaangevend

- Nederland exporteert snijbloemen naar meer dan 100 landen
- Aandeel van traditionele afzetmarkten neemt af.
- Rusland, Polen worden belangrijker. VS is in belang iets afgenomen.
- Maar veel succesvolle bedrijven hebben focus



Veranderingen in bedrijfstak en markt

- Concurrentie uit Afrika en andere landen
- Lokale productie en kennisopbouw in andere landen
- Meer directe handel, bemiddeling, afname klok
- Afname areaal (snijbloemen) en bedrijven in Nederland
- Meer marktgericht en internationaal ondernemerschap
- Logistiek, technische ontwikkelingen
- Stengere eisen gewasbescherming
- Internet
- Vergrijzing, urbanisatie, kleinere gezinnen, niet-traditionele gezinnen, immigratie, stijgende inkomens

De meeste MKB bedrijven exporteren niet. Omdat het moeilijk is en blijft.

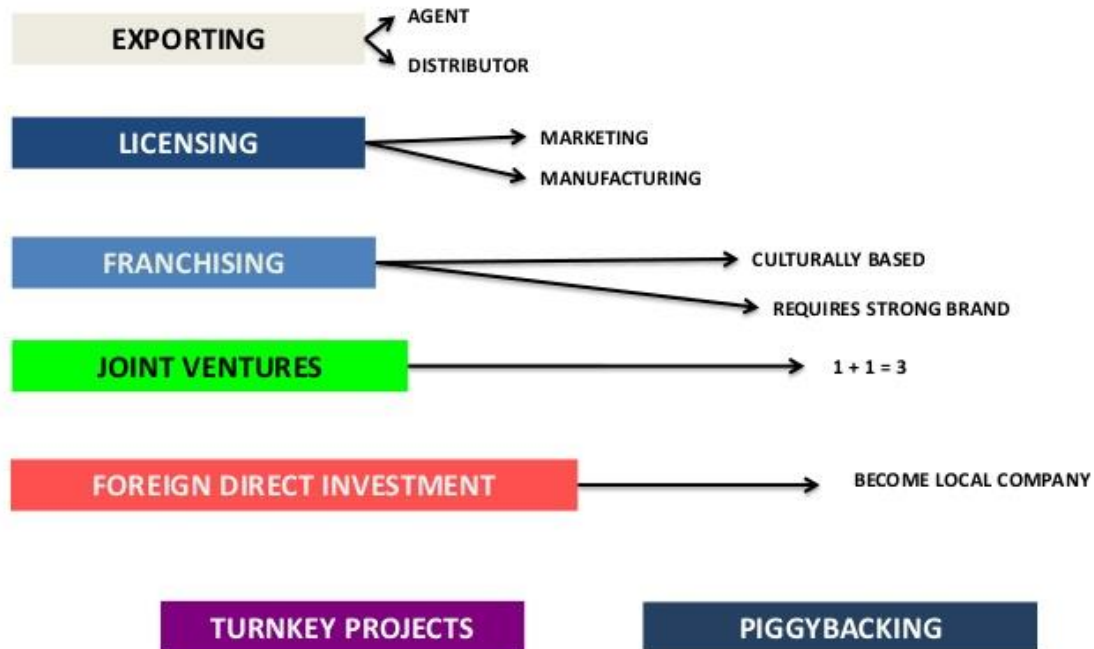


"I think the reason our international unit is performing poorly is because our mission statement says 'Think Locally and Act Locally'."

Internationalisering

Bron: Strategies for international business by BC Technology Industry Association.
<http://www.slideshare.net/bctia/strategies-for-international-business>

MARKET ENTRY STRATEGIES



Marketing: de basic tools

- Marketing plan: missie en visie, marketing onderzoek, SMART doelen, bedrijfsanalyse. Strategie: product, prijs, promotie, plaats, wie doet wat, middelen, financieel plaatje.
- SWOT: interne en externe analyse, concurrentie analyse.

4P	4C	
Prijs	Cost to satisfy	alleen verkoopprijs, maar klant en kosten die
Product		ut, maar wat
Promotie	Com	communicatie
Plaats	Convenience/ Channel	koop gemak, hoe en waar

Wat heb ik, wat kan ik, en waarmee versla ik de concurrentie?

International marketing plan

Bron: Developing Your International Market Strategy, by Stephen Davis.
http://www.slideshare.net/stephendaviscxo/developing-your-international-market-strategy?from_search=4

The International Marketing Plan

Strategy	Program	Execution
<ul style="list-style-type: none">➤ Goals➤ Target Market➤ Product➤ Competition➤ Channels<ul style="list-style-type: none">• Roles• Alignment	<ul style="list-style-type: none">➤ Coverage model➤ Value proposition➤ Business rules➤ Sales model➤ Pricing➤ Sales Support model➤ Customer Support Model➤ Budget	<ul style="list-style-type: none">➤ Media Campaign➤ Communication➤ Incentives➤ Education➤ Outsourcing



De klant centraal (4p naar 4c)

- Vraag je je wel eens af wat je klant/de consument echt wil?
 - Wie zijn de huidige en potentiële klanten?
 - Wat doen klanten met de producten?
 - Waar kopen klanten de producten en wanneer?
 - Waarom en hoe selecteren klanten jouw product?
 - Waarom kopen potentiële klanten het product nu niet?
- Target marketing en segmentatie
- Maak je niet hetzelfde als iedereen? Waarom zou een klant/consument jouw product kiezen?

Selectie van de markt: vanuit VS bezien

Bron: Developing Your International Market Strategy, by Stephen Davis.

http://www.slideshare.net/stephendaviscxo/developing-your-international-market-strategy?from_search=4

Selecting Your Market: Ease of Entry

	1	2	3
Language	Canada, UK, Commonwealth Countries	Nordic, the Netherlands	Germany, Spain, Eastern Europe
Similarity to US Business Models	Canada	UK, Australia, New Zealand	Netherlands, Nordic, Benelux, Germany, France
Employment laws	Canada, UK, Australia, New Zealand	Nordic, Netherlands	France, Germany, Italy
Market Size	Canada, UK, Germany, France	Italy, Spain, Nordic	Eastern Europe
Least Amount of Corruption	Canada, UK, Nordic, Netherlands, Germany	France, Belgium, Spain	Italy, Greece, E. Europe



Externe analyse: PEST

Bron: Strategies for international business by BC Technology Industry Association.
<http://www.slideshare.net/bctia/strategies-for-international-business>

COUNTRY EVALUATION PEST

Criteria <ul style="list-style-type: none">• POLITICAL CHANGE• POLITICAL UNCERTAINTY• POLITICAL DOCTRINE	POLITICAL	ECONOMIC	Criteria <ul style="list-style-type: none">• TAX SYSTEMS• INVESTMENT CONSIDERATIONS• SOPHISTICATION OF FINANCIAL MARKETS• COMMODITY PRICES• MONETARY AND FISCAL POLICIES• GOVERNMENT AID• INTERNAL REGULATION• EXCHANGE RATES
<ul style="list-style-type: none">• RELIGIOUS CONSIDERATIONS• IMPACT ON LOCAL COMMUNITIES• AVAILABILITY OF JOBS,• ENVIRONMENTAL IMPACT• ETHICAL CONSIDERATIONS• CULTURAL ISSUES	SOCIAL	TECHNICAL	<ul style="list-style-type: none">• ACCESS TO BANDWIDTH• PC OWNERSHIP• TECHNOLOGY COMPATIBILITY• TECHNOLOGIES IN BUSINESS MANAGEMENT

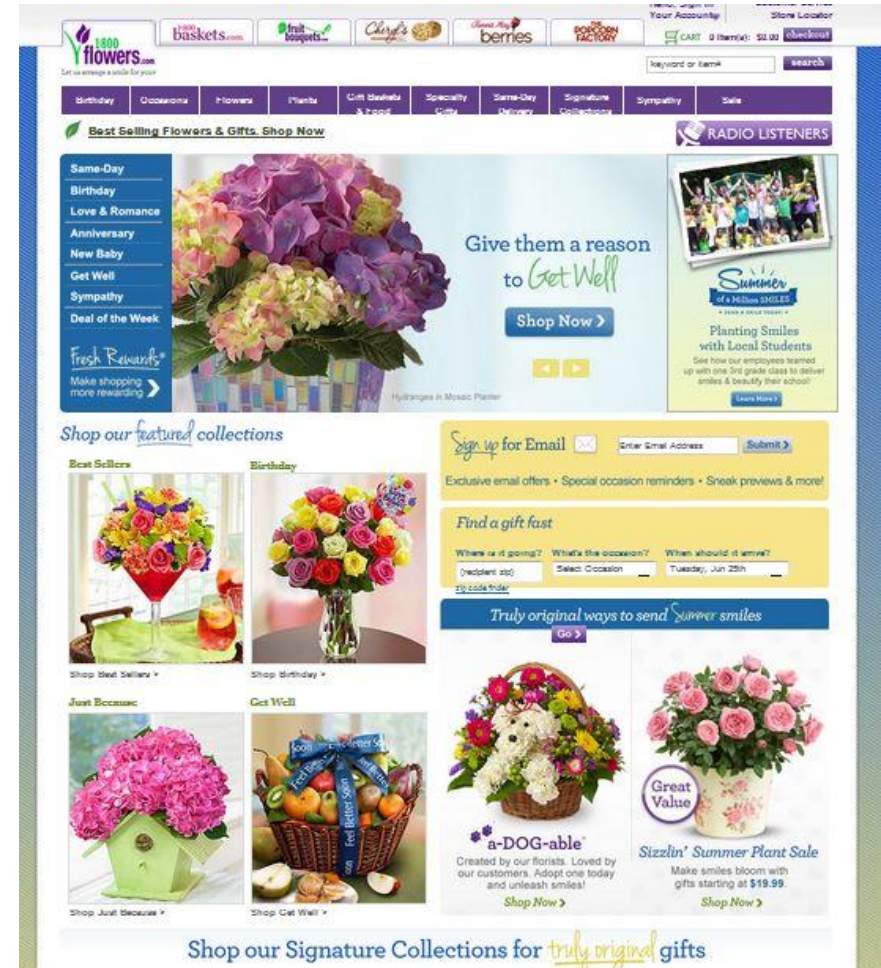
Internationalisering: veel gemaakte fouten

Bron: Developing Your International Market Strategy, by Stephen Davis.
http://www.slideshare.net/stephendaviscxo/developing-your-international-market-strategy?from_search=4

- Onvoldoende commitment van management
- Te grote sprongen: eerst op je eigen markt goed zijn
- Ontbreken van een goede marketing en market entry strategie
- Verkeerde criteria om een markt te kiezen
- Verkeerde distributie kanaal kiezen, verkeerde partners of internationaliseringsstrategie
- Te weinig budget alloceren
- Niet 'lokaal maken' van het product

1-800-flowers

- Begin jaren 1980. “flowers” in telefoonnummer
- Niet meteen succesvol, maar wel toen een bloemist het overnam in 1986
- 1992: advertenties van AT&T tijdens Olympische Spelen in Barcelona
- CNN advertenties tijdens Golf oorlog
- Eén van de eerste Online





[HOME](#)

[ABOUT US](#)

[BOUQUETS](#)

[TESTIMONIALS](#)

[CONTACT](#)



[Follow DRF on Facebook](#)



[Follow DRF on Twitter](#)

Innovatie

Tuinbouwsector maakt entree op catwalk



Op 15 november vindt de International Food Floral Fashion show plaats in het Prinsenhof in Delft, dat is een spektakel en samensmelting van koken, kunst en mode. De topkok Yuri Verbeek en kunstenaar Pim van den Akker zijn de initiatiefnemers van de show.

Yuri en Pim hebben het initiatief genomen tot de Internationale Food Floral Fashion show om de trots van de glastuinbouw te tonen, de telers bij elkaar te brengen en te inspireren. Dit initiatief draagt ook bij aan het bewustzijn van consumenten over puur en eerlijk voedsel en een gezondere maatschappij.

Jonge talenten

Onder aanvoering van Yuri en Pim zullen jonge talenten uit zowel de culinaire, florale en mode-wereld laten zien wat ze kunnen. Zodra de gasten de gracht op komen, zal men al in een beleving terecht komen van licht en bloemen. De ontvangstruimte in de Waalse kerk neemt de gasten mee in de wonderlijk wereld waarbij Food, Floral en Fashion samen komen.

Pim van de Akker is in Pimdesigned en Flower Fac als mensen hebben bloem kleuren." Pim zoekt naar d planten op een eerlijke en s vertalen naar sfeer en schoo

Yuri Verbeek is eigenaar v gastdocent bij de Cas Spij verantwoordelijk voor vele a

Partners in de International aanbieder van bloemen en p Anco Pure Vanda en Annelie

Decorum breidt lijn uit met 'geluksplant'



Het merk Decorum Plants breidt haar noviteitenlijn deze maand uit met de Cordyline Chocolate Queen. Deze potplant wordt ook wel de Hawaïaanse geluksplant genoemd en werkt luchtzuiverend.

De Cordyline Chocolate Queen valt op door de speciale bladtekening van donkerbruin naar beige tot wit gestreept. Doordat de plant kort gedrongen groeit, liggen de bladeren vlak boven elkaar en wordt hij niet zo lang. De Cordyline is geschikt voor de huiskamer, maar ook in de badkamer voelt hij zich goed. Bijkomend voordeel: hij is luchtzuiverend.

De nieuwe plant is een product van kwekerij Duynplant uit De Lier. De Cordyline Chocolate Queen is vanaf dit moment leverbaar via Decorum Company, de marketing- en verkooporganisatie van ruim 40 toonaangevende kamer- en tuinplantenkwekers in Nederland.

Een paar overwegingen

- Telers en handel hebben elkaar nodig.
 - Internationalisering is niet gemakkelijk. Wil je dat wel?
 - Van massaproductie/volumes naar customer value.
 - Van massa communicatie naar gerichte communicatie.
 - Think Global, Act Local.
-
- Heeft Nederland een goed imago in het buitenland?

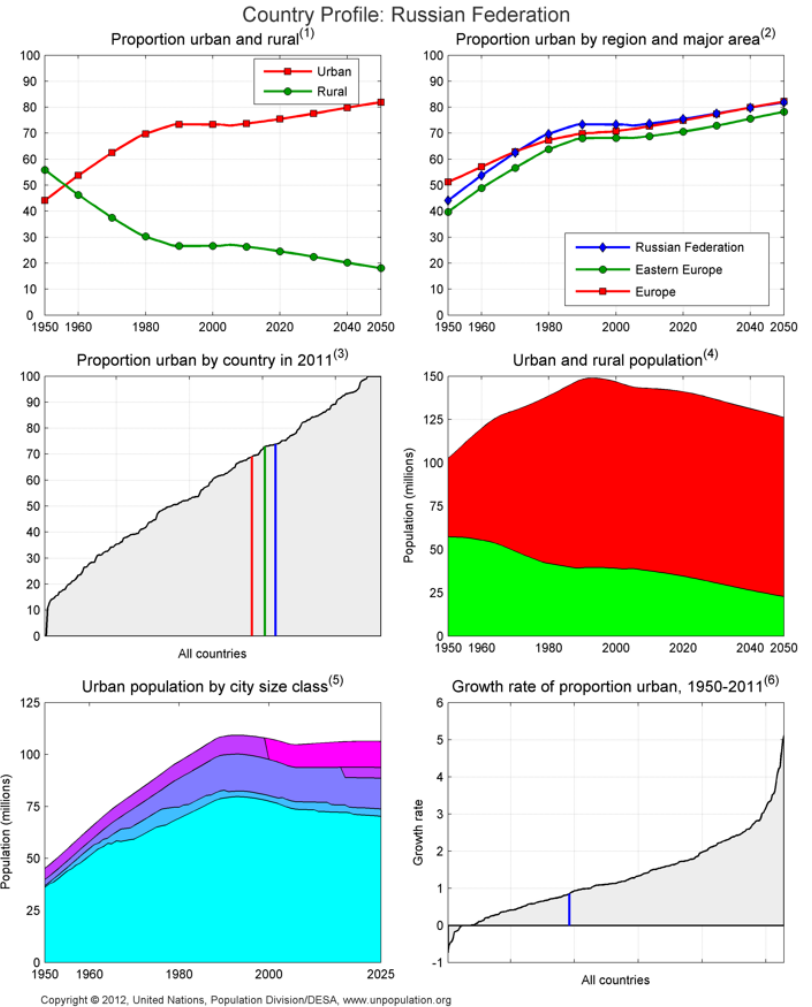
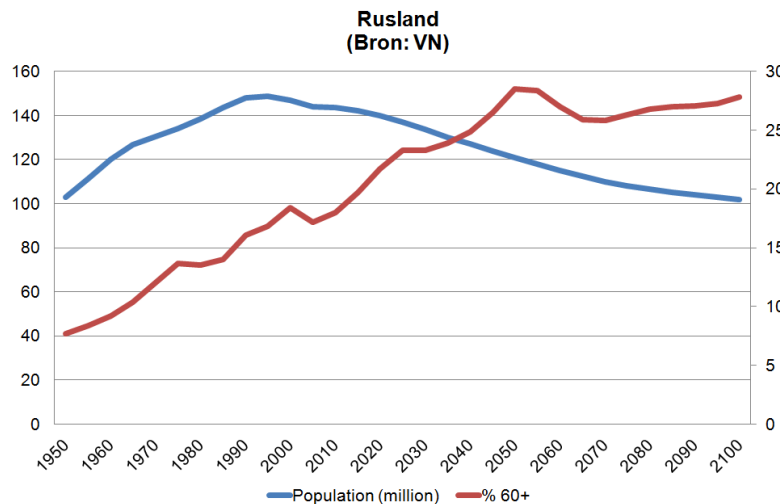
Bedankt voor uw aandacht!

LEI Wageningen UR verricht sociaal-economisch onderzoek en is de strategische partner voor overheden en bedrijfsleven op het gebied van duurzame- en economische ontwikkeling binnen het domein van voeding en leefomgeving



Demografische ontwikkelingen in Rusland

- Afname van totale bevolking
- Urbanisatie
- Vergrijzing
- Kans of bedreiging?



- Zie ook: <http://www.slideshare.net/bctia/strategies-for-international-business>
- http://www.slideshare.net/stephendaviscxo/developing-your-international-market-strategy?from_search=4