

Bloemisten over onderscheidende producten

Onderzoeksresultaten uit het bloemistenpanel

PT 2012-19

Juli 2012

Remy Vermeire, senior projectleider marktonderzoek

Het bloemistenpanel

Het bloemistenpanel is een online onderzoeksinstrument van het Productschap Tuinbouw (PT). Met ingang van 2010 heeft het PT in Nederland, Duitsland, Frankrijk en in het Verenigd Koninkrijk eigen bloemistenpanels opgebouwd. Per land hebben zo'n 600 bloemisten zich vrijwillig aangemeld als deelnemer. Zij ontvangen om de 6 weken een e-mailuitnodiging voor een online onderzoek. Men is niet verplicht om aan elk onderzoek mee te doen.

In dit onderzoek is aan bloemisten gevraagd wat zij van de beschikbaarheid aan onderscheidende producten vinden. Aan dit onderzoek hebben 93 Nederlandse, 65 Duitse, 44 Franse en 58 Britse bloemisten deelgenomen.

Leeswijzer:

Gezien het beperkte aantal bloemisten dat aan het onderzoek heeft meegedaan in de meeste landen moeten de verschillen tussen de landen vooral als indicatief gezien worden.

Samenvatting

‘Onderscheidend product’ is vooral ‘een nieuwe soort’

Onder een onderscheidend product verstaan bloemisten vooral een nieuwe soort. Ook producten waarvan slechts een beperkte hoeveelheid beschikbaar is en producten die zich onderscheiden door middel van een hoge kwaliteit zien de bloemisten als een onderscheidend product. Duitse bloemisten noemen meer dan bloemisten in de andere landen fairtrade producten.

Aanbod voldoende bekend

De meerderheid van de bloemisten is naar eigen zeggen voldoende bekend met het aanbod aan onderscheidende snijbloemen en kamerplanten. Uitzondering hierop vormt de Franse bloemist. Deze vindt in meerderheid dat men onvoldoende op de hoogte is. Tussen snijbloemen en kamerplanten zit over het algemeen weinig verschil. Alleen de Britse bloemist vindt zich beter geïnformeerd over onderscheidende snijbloemen dan over onderscheidende kamerplanten.

Keuze (te) beperkt

Een meerderheid van de bloemisten vindt dat de keuze aan onderscheidende producten bij hun leverancier beperkt is. Dit geldt nog wat sterker voor kamerplanten dan voor snijbloemen. Uitgesproken ontevreden over het aanbod aan onderscheidende producten bij hun leverancier is de Franse bloemist.

Samenvatting

Inkoop onderscheidende producten vindt Franse bloemist een probleem

Circa een derde deel van de ondervraagde bloemisten zegt niet goed te weten waar men onderscheidende producten kan inkopen. Vooral Franse bloemisten zijn deze mening toegedaan. Aan de andere kant vinden bloemisten het ook niet altijd gemakkelijk om aan hun klanten producten als een onderscheidend product te verkopen. Dit geldt voor circa een kwart van de bloemisten in Duitsland en Nederland. Onder de ondervraagde bloemisten in het Verenigd Koninkrijk en vooral in Frankrijk leeft dit gevoel nog sterker. Britse bloemisten vinden dit ook moeilijker bij kamerplanten dan bij snijbloemen. In de andere drie landen is er geen verschil tussen snijbloemen en kamerplanten.

Bloemist vindt onderscheidende producten onmisbaar

Het hebben van onderscheidende producten in het assortiment is een must. Dit vinden vrijwel alle bloemisten. De Nederlandse bloemist is hierover het minst stellig. Daarbij gaat het zowel om onderscheidende snijbloemen als kamerplanten in het assortiment. Circa de helft van de Nederlandse en Britse bloemisten leggen de nadruk meer op onderscheidende snijbloemen dan op kamerplanten.

Groter aanbod leidt tot meer inkopen

Zo'n driekwart van de ondervraagde bloemisten zegt meer onderscheidende producten in te willen kopen als het aanbod bij hun leverancier groter is. Ze vinden het verkopen van onderscheidende producten noodzakelijk om zich te onderscheiden van andere aankoopplaatsen van snijbloemen en kamerplanten.

Samenvatting

Vooraf in de concurrentiestrijd met de supermarkt spelen onderscheidende producten een belangrijke rol. Ook zorgt het volgens de bloemisten voor een extra klantenbinding. Consumenten willen namelijk verrast worden.

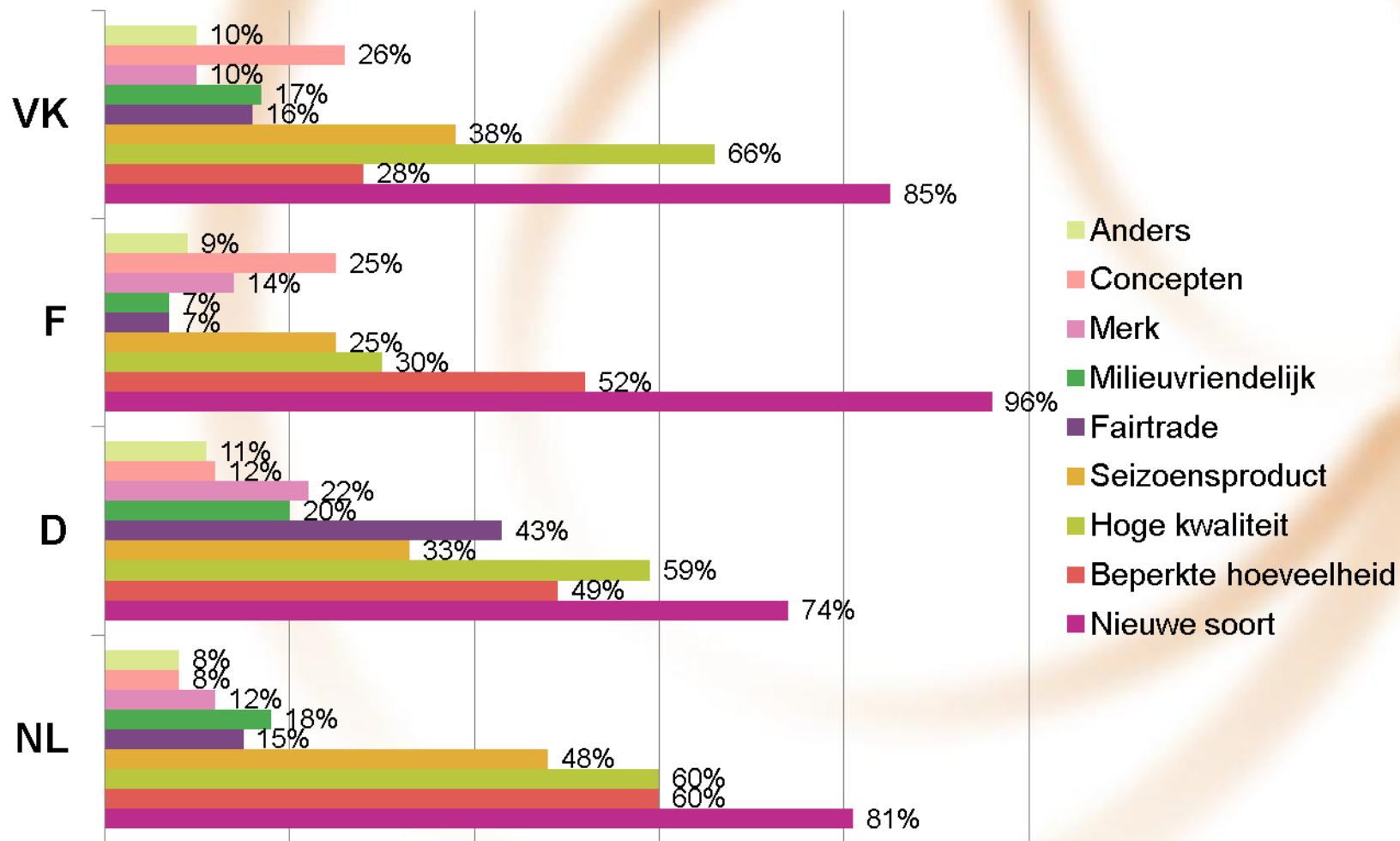
Concurrentiestrijd

Duitse en Britse bloemisten zien supermarkten als hun belangrijkste concurrent bij snijbloemen. Franse en Nederlandse bloemisten zien vooral de andere bloemisten als hun grootste concurrent. Bij kamerplanten komt het meeste gevaar van het tuincentrum.

Het merendeel van de bloemisten gaat de concurrentiestrijd aan door zich te onderscheiden van hun concurrent. Dit gebeurt vooral door een betere kwaliteit, de wijze waarop de bloemen/planten worden verwerkt, speciale variëteiten en het bieden van extra service. Onderscheidende producten spelen hierbij een belangrijke rol maar worden ook gezien als slechts een deel van de oplossing. Consumenten kijken ook naar andere aspecten als creativiteit en klantvriendelijkheid. Ook mag het belang van verschil in prijs niet onderschat worden. Een aantal bloemisten is sceptisch over het feit dat onderscheidende producten nooit lang exclusief voor bloemisten zijn.

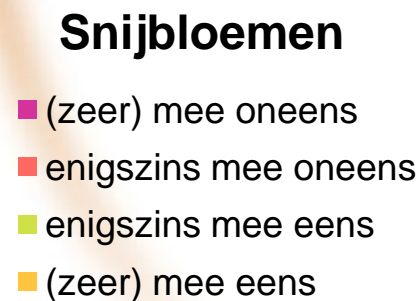
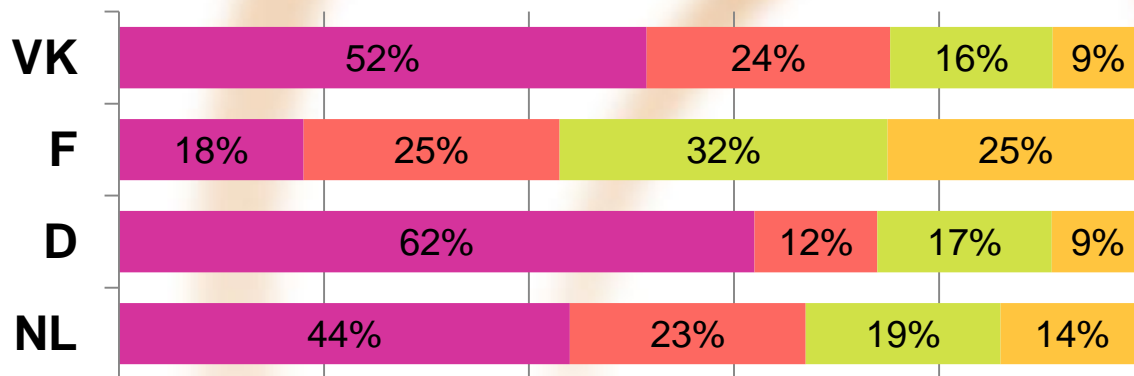
Resultaten

Wat is een onderscheidend product?



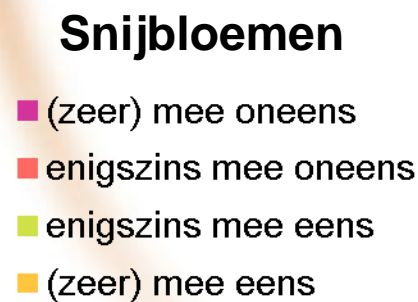
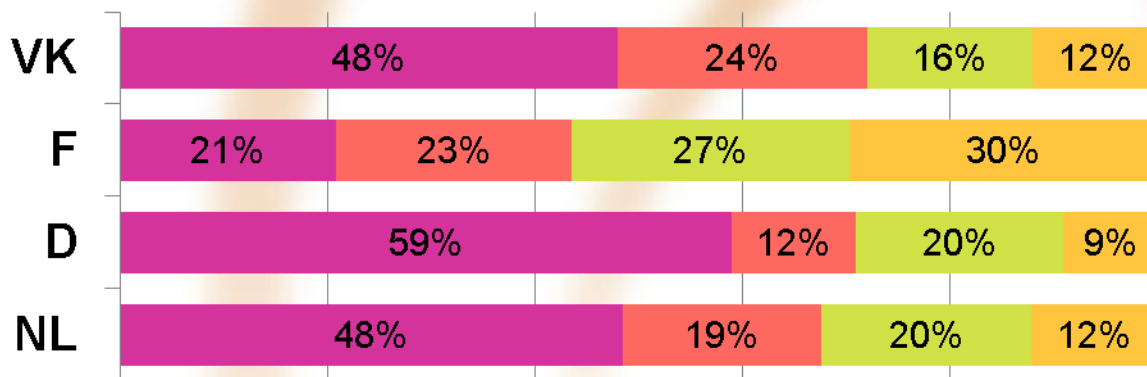
presentatie

Ik ben onvoldoende bekend met het aanbod in onderscheidende SNIJBLOEMEN / KAMERPLANTEN

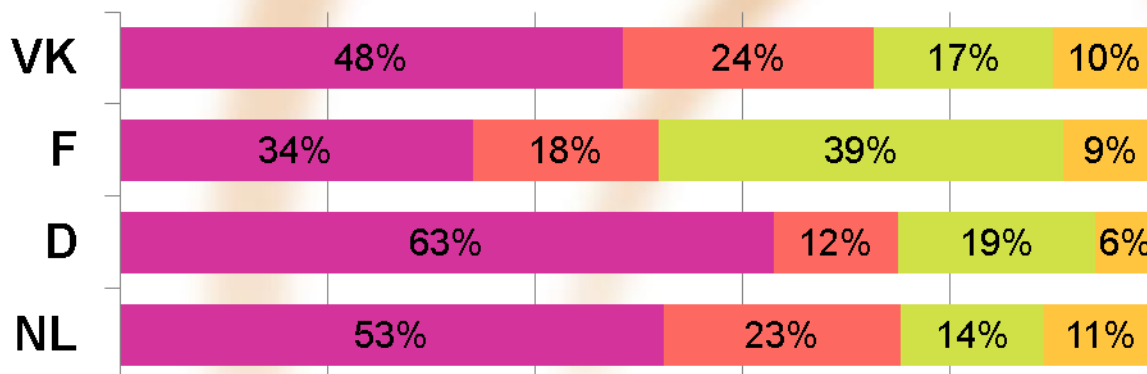


presentatie

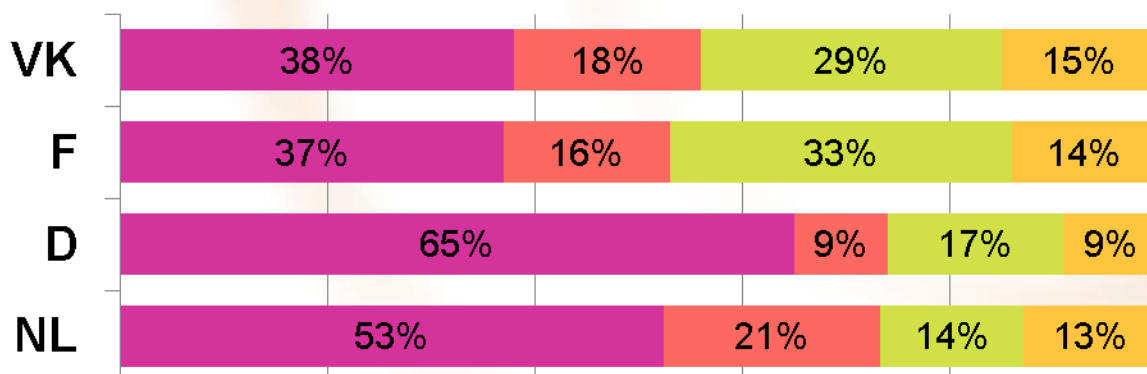
Ik weet niet goed waar ik onderscheidende SNIJBLOEMEN / KAMERPLANTEN kan kopen



Ik vind het lastig om onderscheidende SNIJBLOEMEN / KAMERPLANTEN ook echt als onderscheidend product aan mijn klanten te verkopen



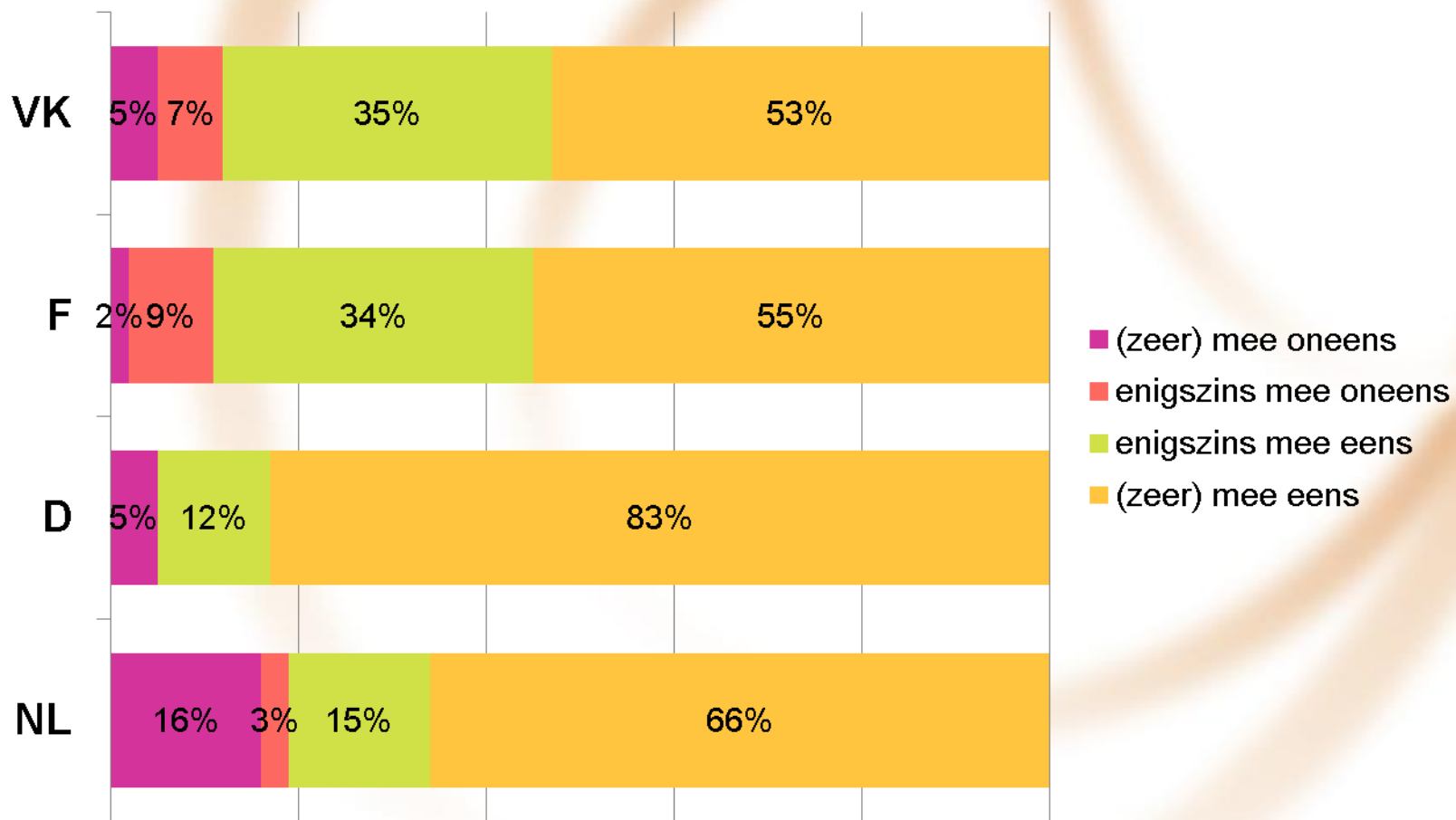
- Snijbloemen**
- (zeer) mee oneens
 - enigszins mee oneens
 - enigszins mee eens
 - (zeer) mee eens



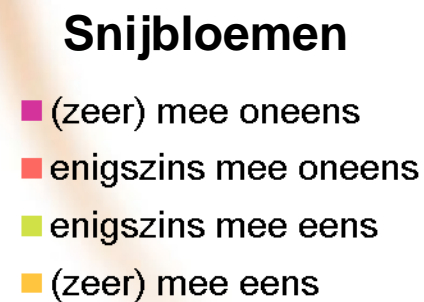
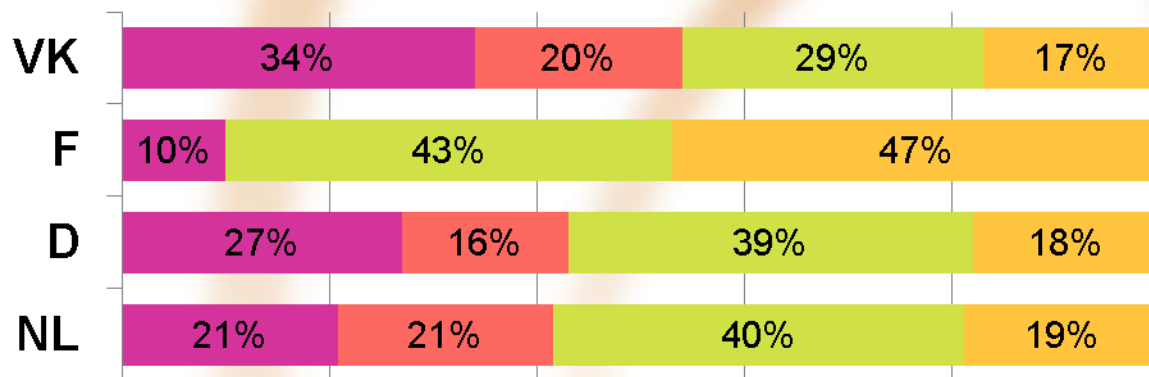
- Kamerplanten**
- (zeer) mee oneens
 - enigszins mee oneens
 - enigszins mee eens
 - (zeer) mee eens

presentatie

Een onderscheidend assortiment is essentieel voor mij als bloemist

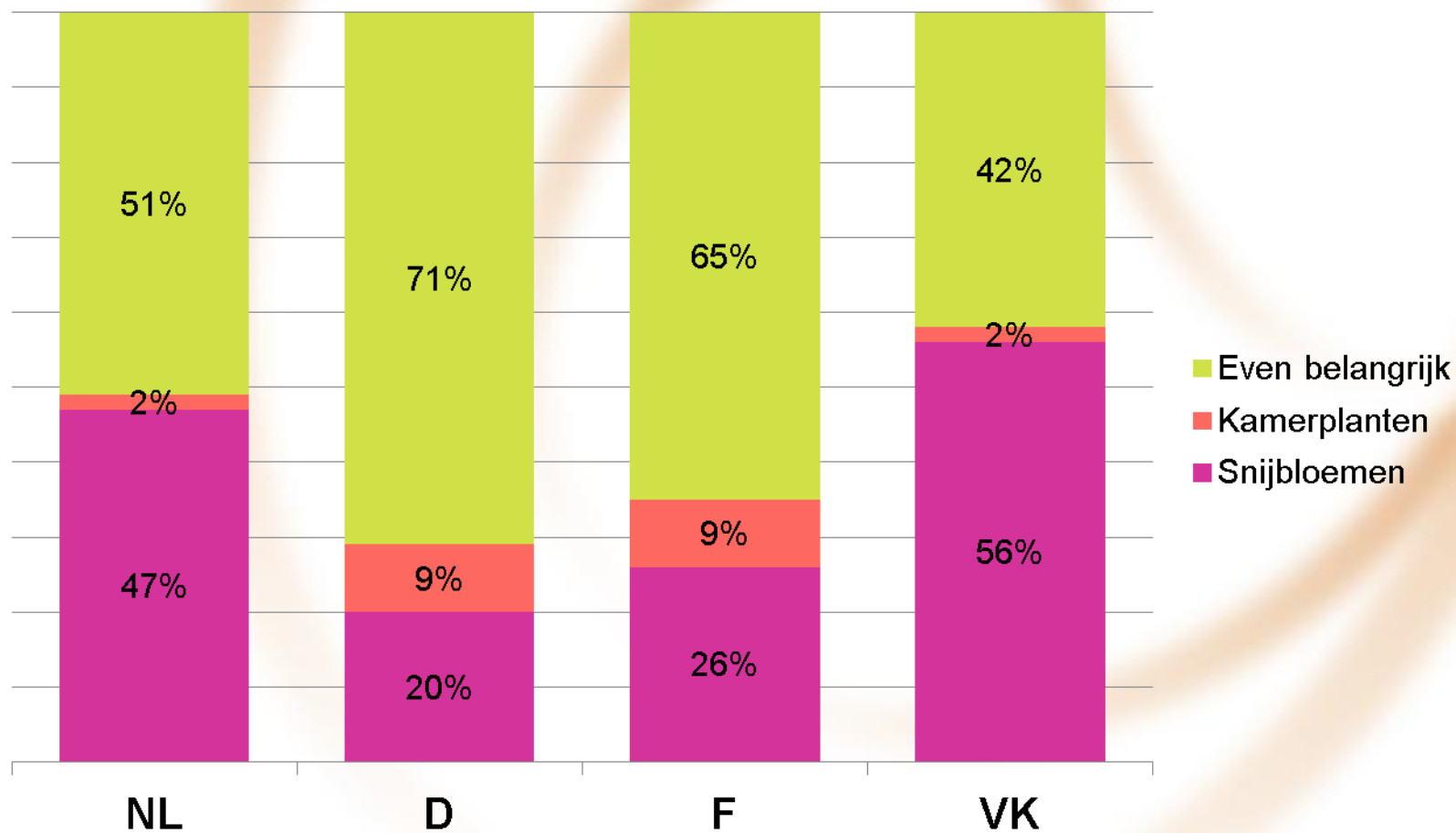


De keuze in onderscheidende SNIJBLOEMEN / KAMERPLANTEN bij mijn leverancier(s) is beperkt

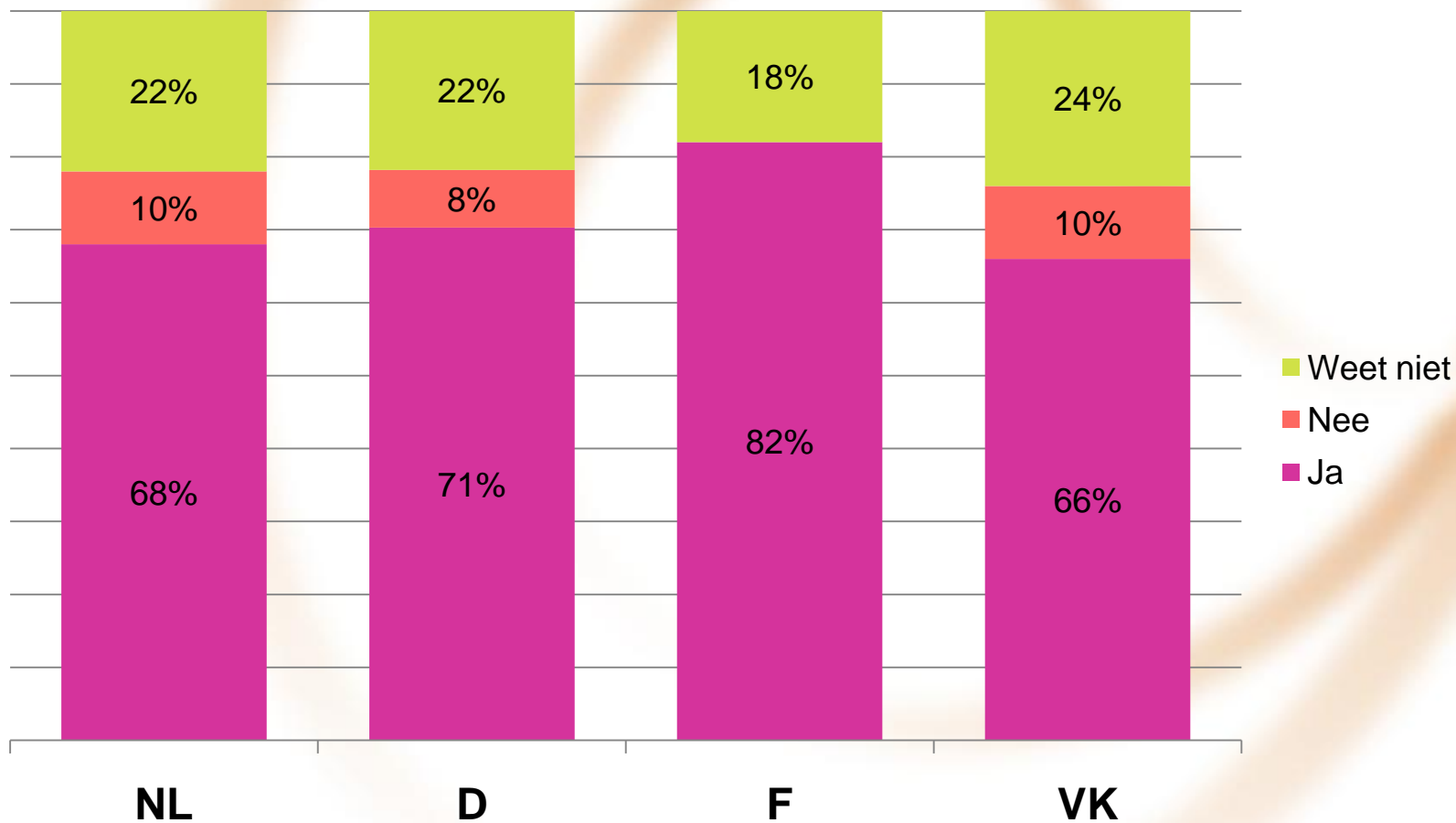


presentatie

Wat is belangrijker voor de afzet in uw winkel: onderscheidende snijbloemen of kamerplanten?



Als leveranciers een groter aanbod zouden bieden aan onderscheidende producten, zou u dan hiervan meer inkopen?



Als leveranciers een groter aanbod zouden bieden aan onderscheidende producten zou u dan hiervan meer inkopen?

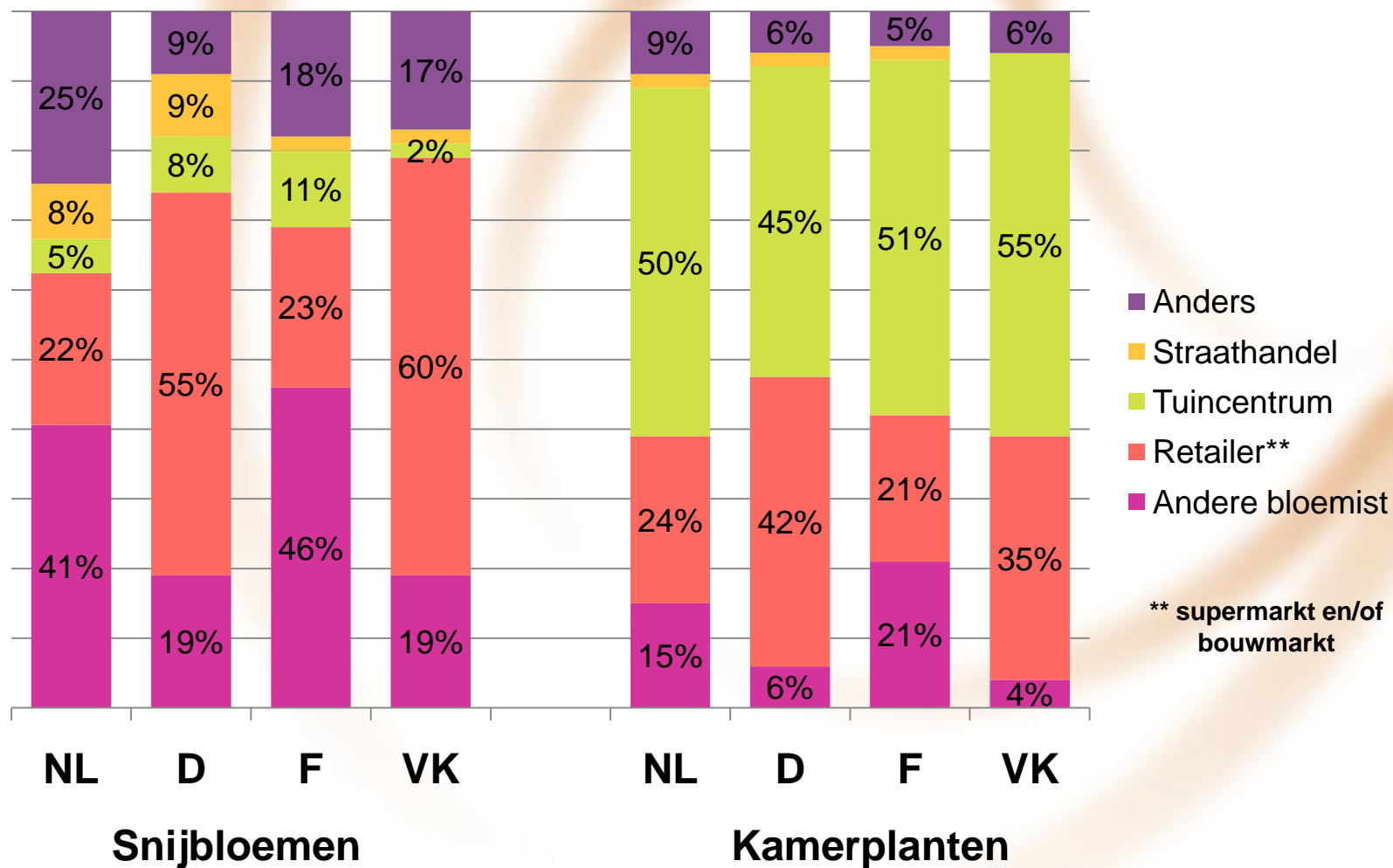
Bloemisten willen meer onderscheidende producten bij hun leverancier inkopen omdat het belangrijk is, zelfs noodzaak, om zich te onderscheiden van de andere aanbieders van snijbloemen en kamerplanten zoals supermarkten. Op prijs is dit niet mogelijk. Daarnaast zorgt een onderscheidend aanbod ervoor dat je als bloemist aantrekkelijk blijft voor de consument door een steeds een verrassend aanbod en grotere keuze. Het toont ook het vakmanschap en de toegevoegde waarde van de bloemist.

Redenen om niet meer onderscheidende producten bij de leverancier in te kopen zijn o.a. dat men zelf deze producten inkoopt op de klok, het aanbod al wordt ervaren als voldoende uitgebreid en dat het volgens deze bloemisten niet zozeer gaat om onderscheidende producten maar om onderscheidende (goede) kwaliteit.

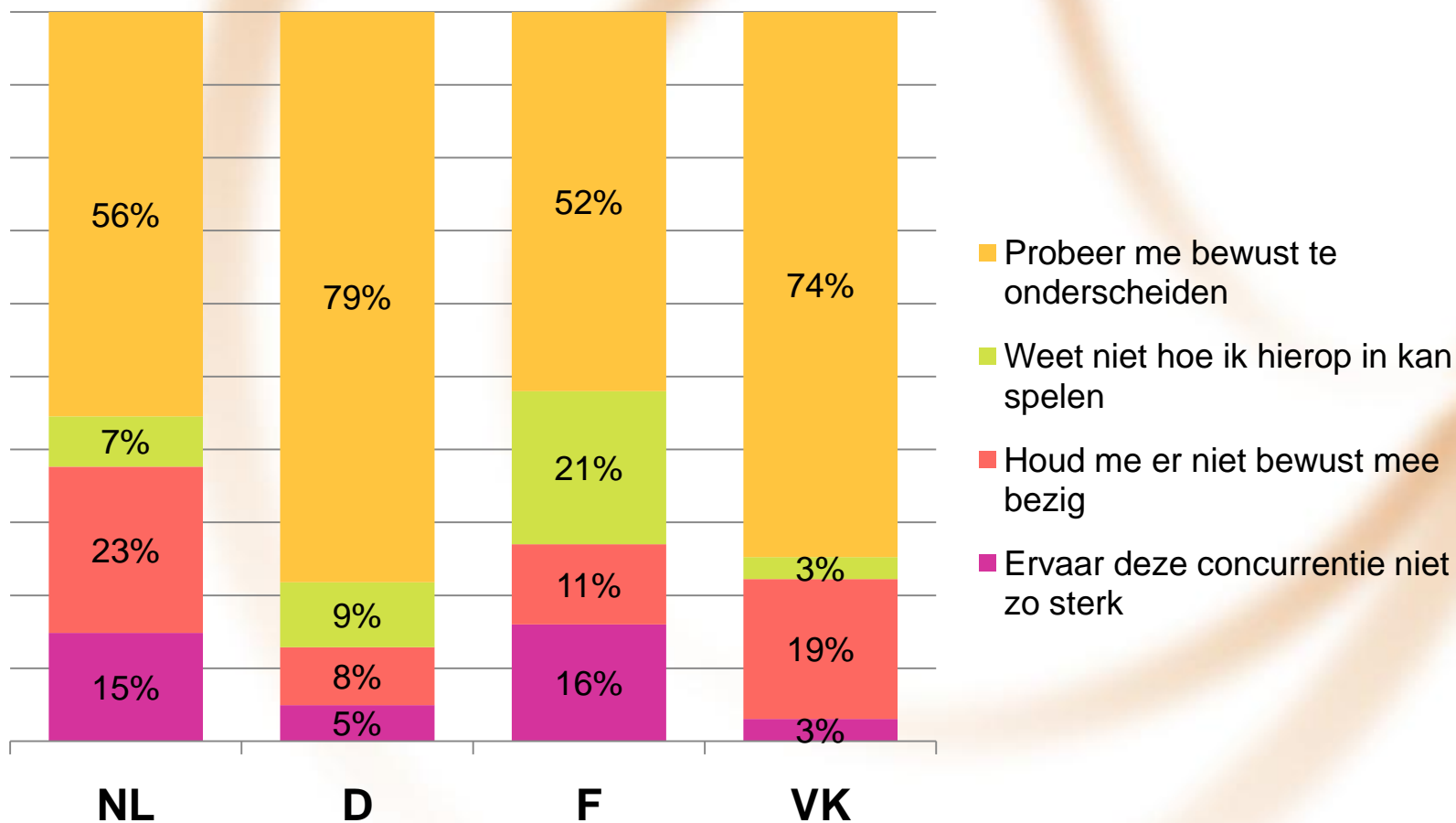
Bloemisten die nog niet weten of zij meer onderscheidende producten zouden inkopen, geven als belangrijkste argument dat dit sterk samenhangt met het prijsniveau van deze onderscheidende producten.

presentatie

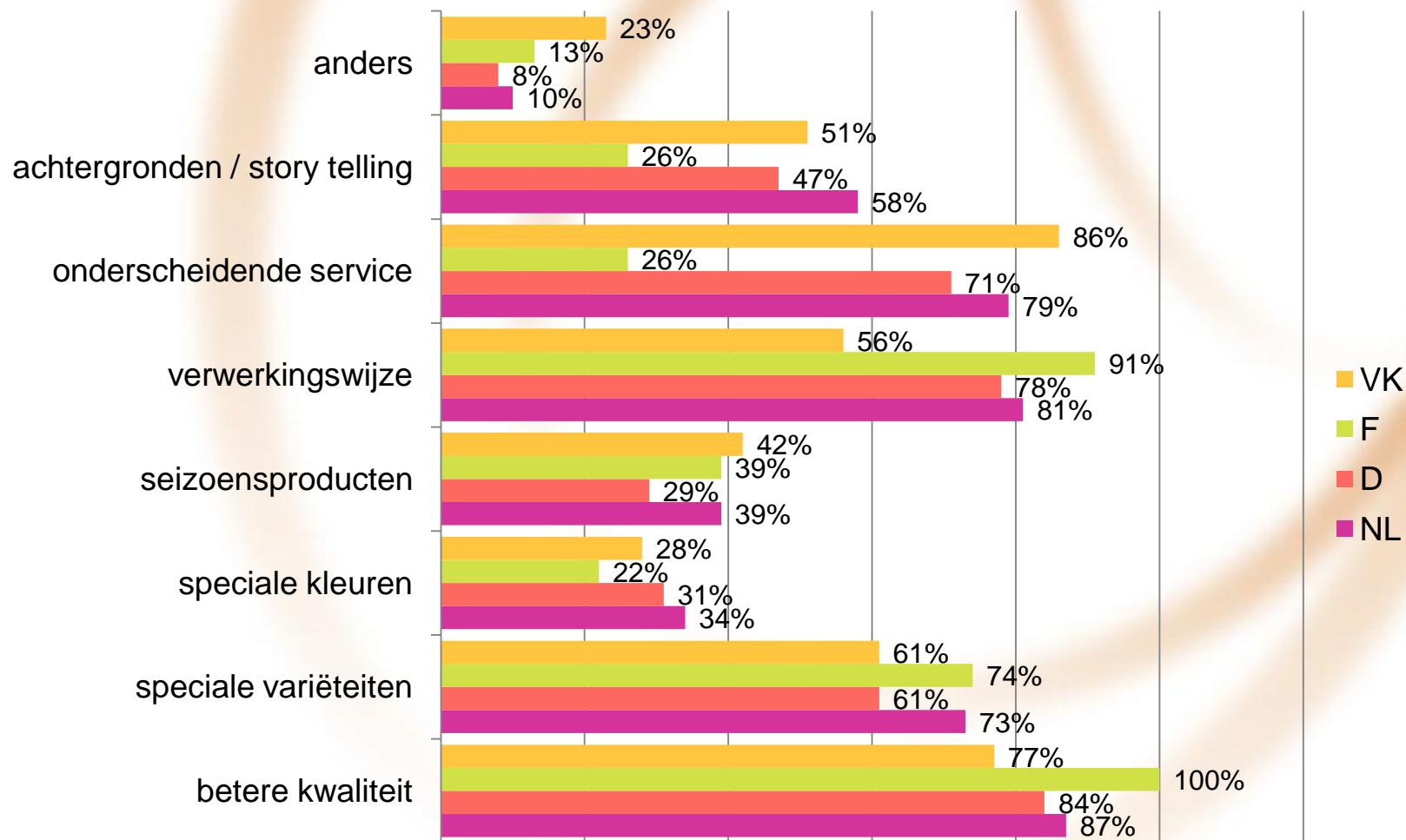
Welk kanaal is uw belangrijkste concurrent?



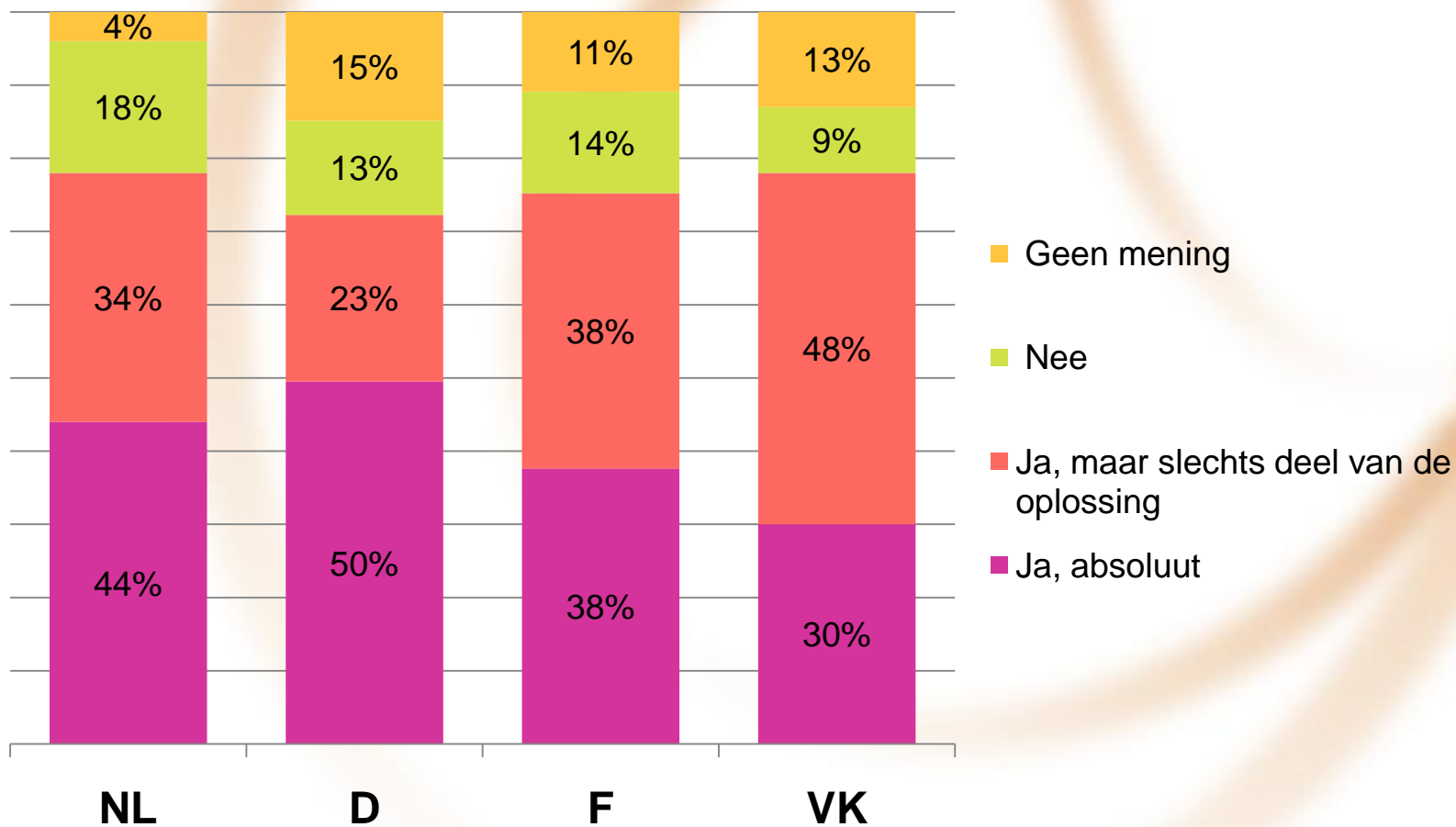
Hoe gaat u om met de concurrentie van retailers?



Wijze van onderscheiden ten opzichte van retailer



Kunt u met onderscheidende producten de concurrentie met (grote) retailers beter aan?



Kunt u met onderscheidende producten de concurrentie met (grote) retailers beter aan?

Ja, absoluut omdat:

- consumenten willen verrast worden
- individueel product tegenover massaproduct bij supermarkt
- bij gelijke kwaliteit en keuze gaat consument voor de laagste prijs
- consument krijgt persoonlijk advies en informatie

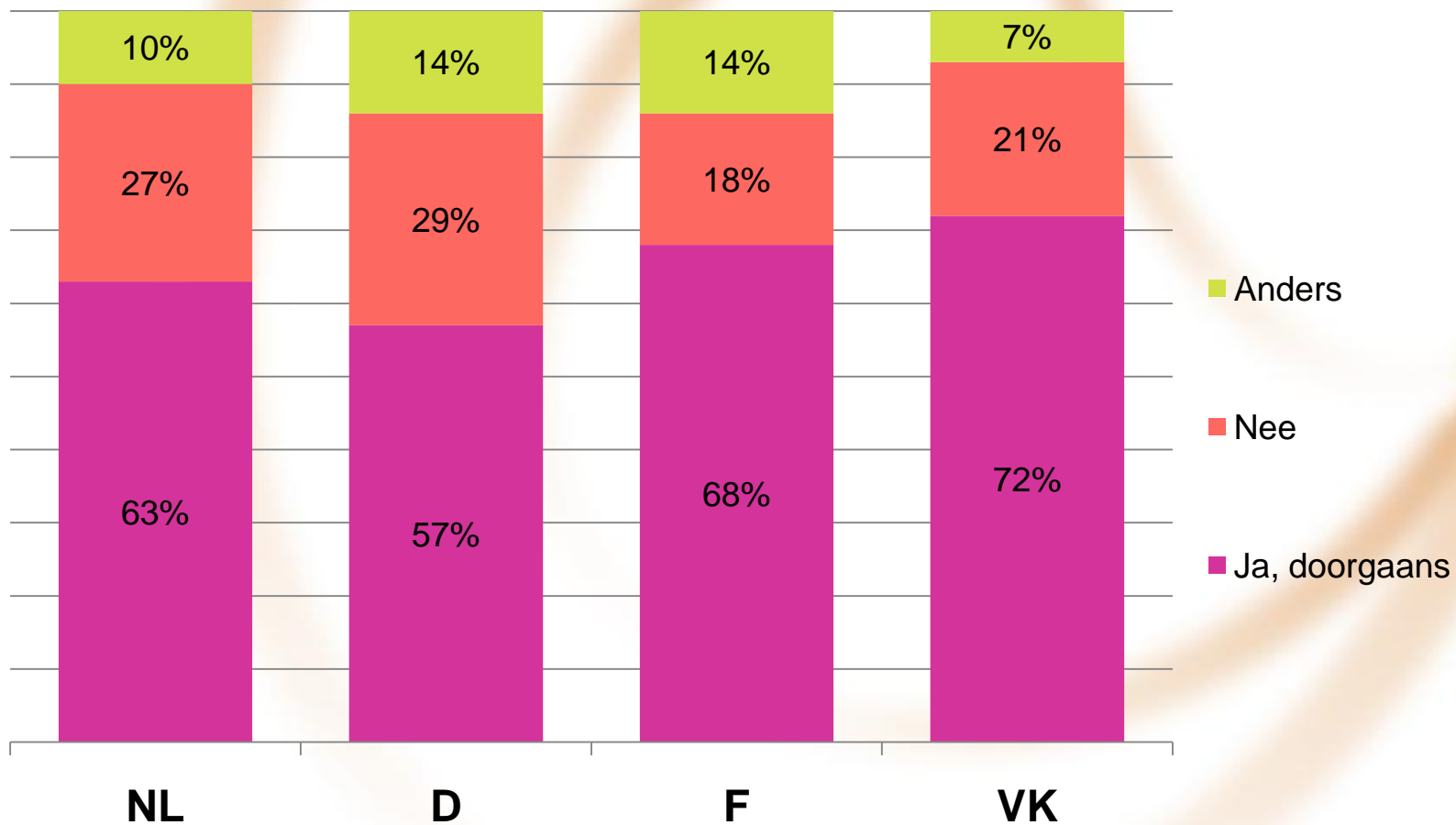
Ja, maar dat is één van de oplossingen omdat:

- consument kijkt ook naar creativiteit, service, klantvriendelijkheid, etc
- onderscheidende producten zijn vaak niet (lang) exclusief voor de bloemist
- prijs is ook belangrijk
- veel consumenten hebben een traditioneel kooppatroon, zoeken niet altijd naar speciale producten
- one stop shopping is voor de consument ook interessant (gemak)

Nee, omdat:

- prijs wordt steeds belangrijker
- andere kanalen hebben ook snel de beschikking over deze producten
- we hebben al een breed assortiment

Kunt u voor uw standaard- en onderscheidende producten bij dezelfde leverancier terecht?



Meer informatie?

Heeft u vragen over het bloemistenpanel of over de onderzoeksresultaten, dan kunt u contact opnemen met:

- Frederieke Vermeer (Projectleider Bloemistenpanel):
f.vermeer@tuinbouw.nl, tel.nr: 079- 3470658
- Remy Vermeire:
r.vermeire@tuinbouw.nl, tel.nr: 079-3470648

presentatie