

Afzet bevorderen

Tekst: Henk van den Berg
teelt- en bedrijfsadvies
(0252) 340301 / 06-51312207
Foto: René Faas

Vaste planten staan behoorlijk in de belangstelling. Eigenlijk kun je wel stellen dat vrijwel iedereen vaste planten beschouwt als vernieuwend, verrassend en een dankbare toevoeging van het tuinsortiment. Toch lukt het nog niet goed om deze uitstekende eigenschappen meer over het voetlicht te brengen. Steeds hoor je de geijkte opmerkingen dat de consument alleen voor de prijs gaat, en als er perkgoed is geen vaste planten wil. Waarschijnlijk klopt dit niet. Het probleem is namelijk dat als er perkgoed is de consument geen vaste planten aangeboden krijgt via onze verkoopkanalen. Erg veel werk aan de winkel derhalve, want het is nu eenmaal wel zo dat perkgoed de grote concurrent in het voorjaar is. Natuurlijk is het weer een belangrijke spelbreker geweest, maar dit houdt niet in dat we hier niets mee moeten.

VERHAAL VERTELLEN

Voordat mensen vaste planten gaan kopen willen ze eerst weten waarom vaste planten op dat moment een goede koop zijn. Ze willen smullen van de verhalen die bij voorkeur de telers over hun producten kunnen vertellen. Elke teler die vol overgave zijn product weet te 'verkoppen' in het tuincentrum, is in een mum van tijd van zijn planten af. De reden hiervoor is dat de vakman die inspiratie nu eenmaal als geen ander kan overbrengen. Het probleem dat daar-

bij echter direct om de hoek komt kijken is dat de vasteplantenteler een teler is en geen verteller. Een vasteplantenteler is aan het werk met zijn plantjes en gaat er vanuit dat een ander deze zal gaan verkopen. Toch zullen de mensen deze planten alleen maar gaan kopen als hen duidelijk wordt gemaakt waarom. Omdat nu eenmaal niet elke vasteplantenteler de tijd heeft of de kans krijgt om zijn producten op het tuincentrum zelf te verkopen moet dit collectief gebeuren. Hoewel het steeds moeilijker wordt om collectief geld vrij te maken voor marketing, zal het wel moeten gebeuren. Eigenlijk zou elke teler in de voor hem rustige periode over een deel van zijn gewassen een mooi verhaal of anekdote moeten schrijven en die aan tuincentra beschikbaar moeten stellen. Deze verhalen zouden gepubliceerd moeten worden op de websites van de tuincentra, zodat de consument al voordat deze naar de tuinwinkel gaat is geprikkeld door een mooi vasteplantenverhaal. Deze consument loopt in ieder geval niet meer de vasteplantenhoek voorbij. Nu is het zo dat vrijwel elke teler een mooi verhaal over zijn producten weet te vertellen, maar dat niemand het ook echt opschrijft. Toch zou deze gratis kennis de verkoop van vaste planten kunnen stimuleren.

TIJD AAN BESTEDEN

Marketing kost tijd, vaak tijd die er niet is. Meestal is het resultaat dat er dan niets gebeurt. Heel veel mensen zullen zeggen dat als je het niet direct goed kan doen je het beter niet kunt doen. Toch is dit niet altijd zo bij marketing. Waarschijnlijk moet je gewoon doen wat bin-

nen de mogelijkheden ligt en dan maar moet kijken wat er gebeurt. Hier kun je van leren en het volgende seizoen beter doen. Een boot moet eerst varen voordat je kan sturen. Je kan nu eenmaal niet leren varen als je aan de kant blijft liggen. Denk na waarom de klant uw planten zou willen kopen. Denk na over het verhaal dat u zou vertellen als u op het tuincentrum zelf uw planten aan het verkopen zou zijn. Probeer dit verhaal op papier te zetten, eventueel met behulp van iemand die beter kan schrijven dan u, maar weer niet zoveel verstand van vaste planten heeft. Zelf durf ik de uitdaging wel aan om een mooi verhaal te maken, als ik de inspiratie maar krijg van de telers zelf. Voor de eerste tien telers die mij een leuk idee voor een verhaal sturen wil ik proberen dit verhaal te schrijven. Met hun goedvinden stuur ik deze verhalen dan ook echt naar de tuincentraketens. Ik heb geen flauw idee welke reacties dit losmaakt, want dit idee komt op tijdens het schrijven van dit stuk. In ieder geval doen we iets en het kost niets.

WIE ZET DE EERSTE STAP

Als we willen dat de consument onze planten koopt, zullen we ons verhaal moeten vertellen. Dat onze boodschap een prachtig en inspirerend verhaal kan zijn staat als een paal boven water. Het moet alleen wel gebeuren. Wie durft zijn verhaal naar een tuincentrumketen op te sturen? Wie stuurt mij ideeën om een mooi verhaal te schrijven? Als dit lukt kunnen we iets in gang zetten dat de vaste planten op de kaart zet. Met een beetje geluk gaan de tuincentra dan volgend seizoen naar onze verhalen vragen.

