

Samenvatting presentatie

VGB, Manon Velthuis
FloraHolland, Frank van den Hoek
BBH, Marc Eijsackers

Achtergronden

- 2009. Eerste onderzoek consumentensegmenten in de sierteelt
- 2013. Vanuit PT 'belangstelling registratie'.
VGB eigenaar methodiek consumenten segmentatieonderzoek in de sierteelt en beheerder data
- 2014. Nieuw consumentenonderzoek uitgevoerd

Belang

- Informatie voor veel ketenpartijen essentieel
- Daarom samenwerking op gebied van 'Sierteelt Consumenten informatie' door BBH, FloraHolland en VGB

Doelstellingen



- Consumentenkennis delen met ketenpartners
 - Segmentenonderzoek van VGB
 - Consumentenpanel van FloraHolland
 - Tuinonderzoek en cadeaumonitor van BBH
- Consumentenkennis samen te beheren
- Vinden van een verdienmodel om continuïteit te borgen

Hoe

- Sierteeltketen voorzien van consumenteninfo (focus op telers en handelaren)
- Toegang via websites van
 - FloraHolland: telers
 - VGB: handelaren
 - BBH: derden

Welke onderzoeken nog meer?



**Outdoor onderzoek
(NL, DE, GB, FR)**

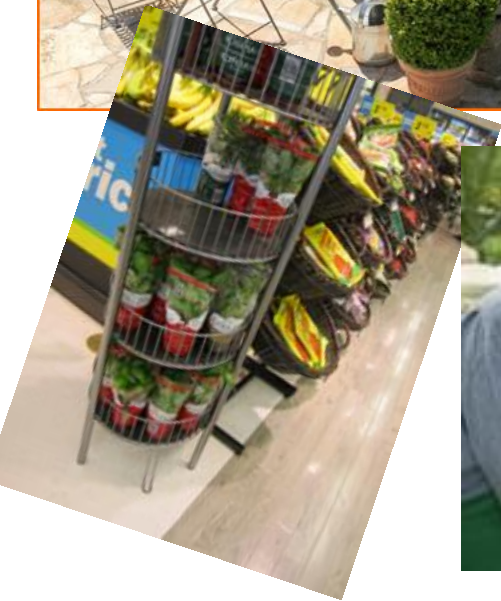


**Cadeaumonitor
(NL, DE, GB, FR)**



**Consumenten
Landenrapporten
(NL, DE, FR, GB, RU)**

Outdoor onderzoek 2014



De tuinconsument:

- Hobby tuiniers
- Belang van prijs
- Waar koopt men tuinplanten?
- Biologisch belangrijk?
- Bloeiende tuinplanten?
- Spontane kopers?
- Media en magazines?

Wat kun je hiermee?

Doelgroep

1. Trend presenters: interesse in stijl, concepten
2. Casual impulse buyers: kopen spontaan als het mooi vinden
3. Dedicated hobby gardeners: kopen omdat ze de plant kennen



Cadeaumonitor 2014

“Het is een
persoonlijk cadeau”
(20%)

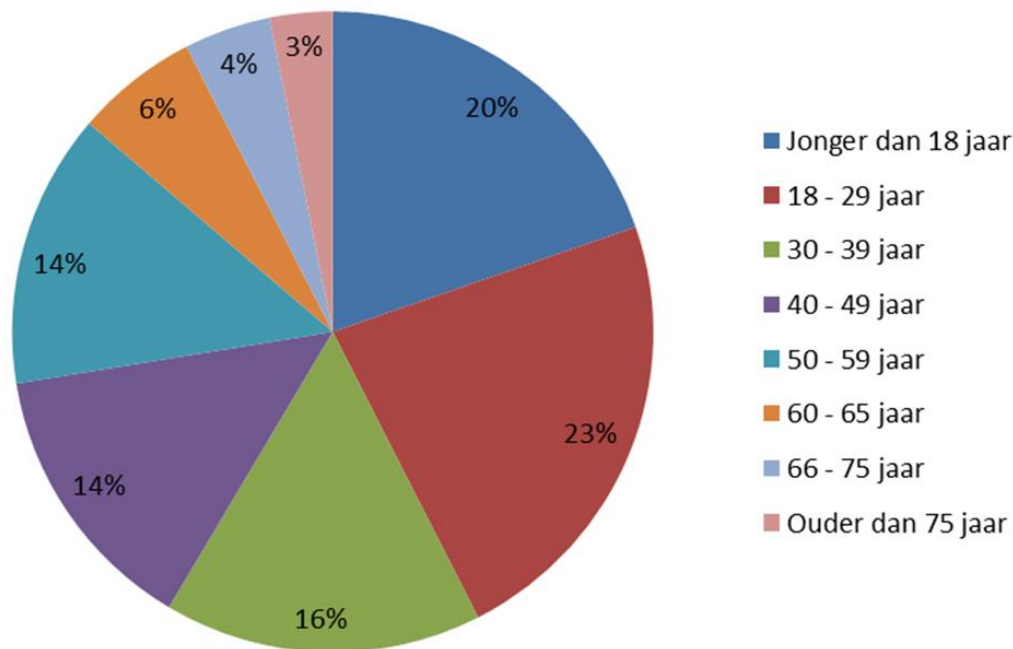
“Ik weet dat de
ontvanger dit leuk
vindt” (62%)

- Wat is de top 3 cadeaus?
- Waarom geeft men bloemen als cadeau?
- Wat zijn de belangrijkste cadeaus op een feestdag?
- En per seizoen?



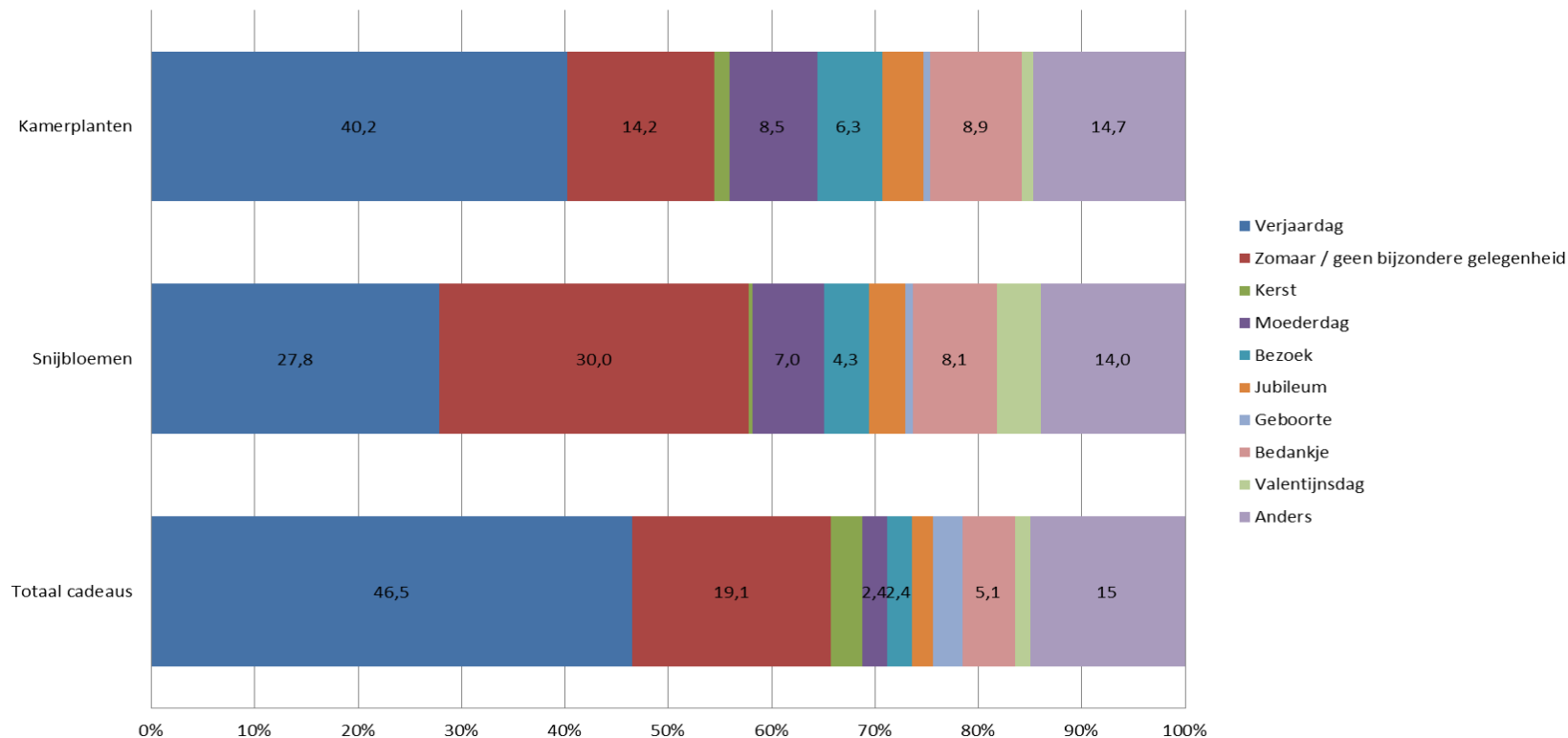
Leeftijd ontvanger

Wat was de leeftijd van de ontvanger van het cadeau?



Gelegenheid cadeau?

Voor welke gelegenheid was het cadeau?



Consumenten landenrapporten



Planten of bloemen



Aankoopkanaal



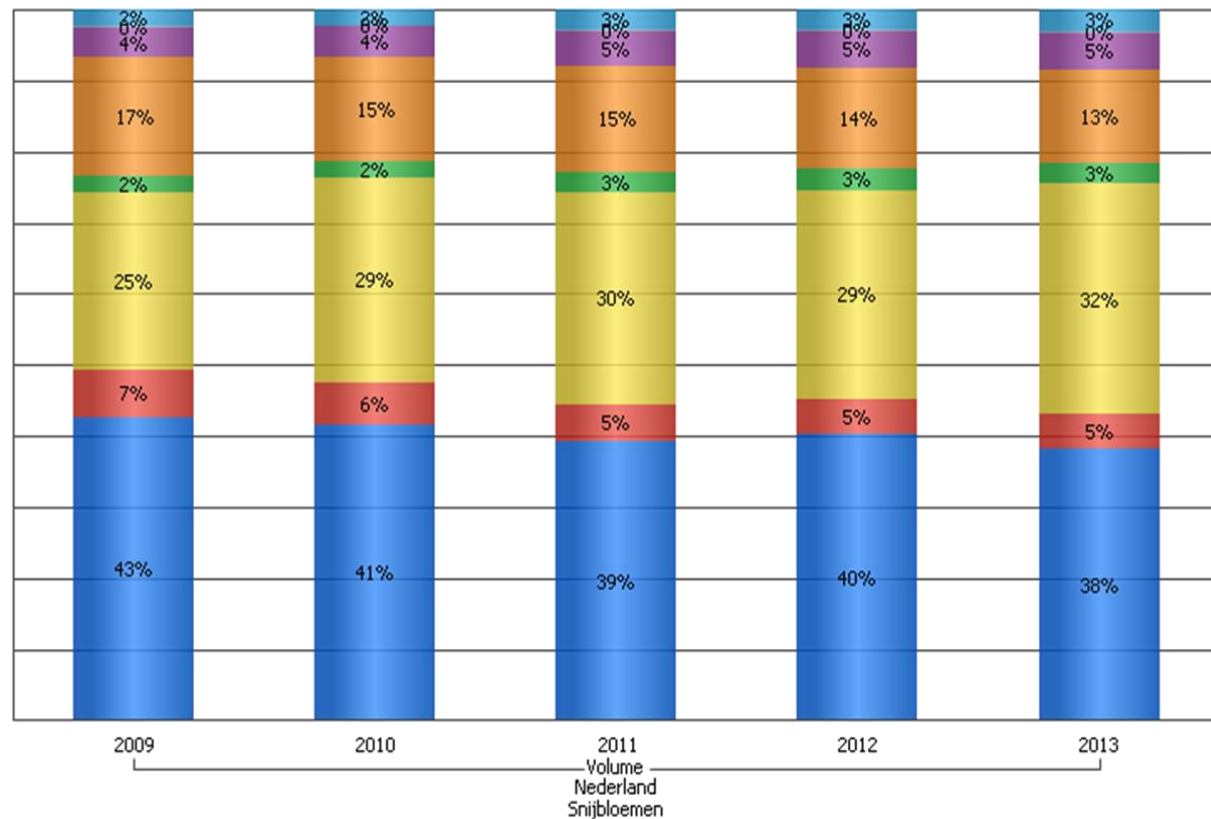
Bestedingen

- Gepland of impulsief
- Aankoopdoel
- Dag van aankoop



Welke leeftijdsgroepen
huishoudgrootte

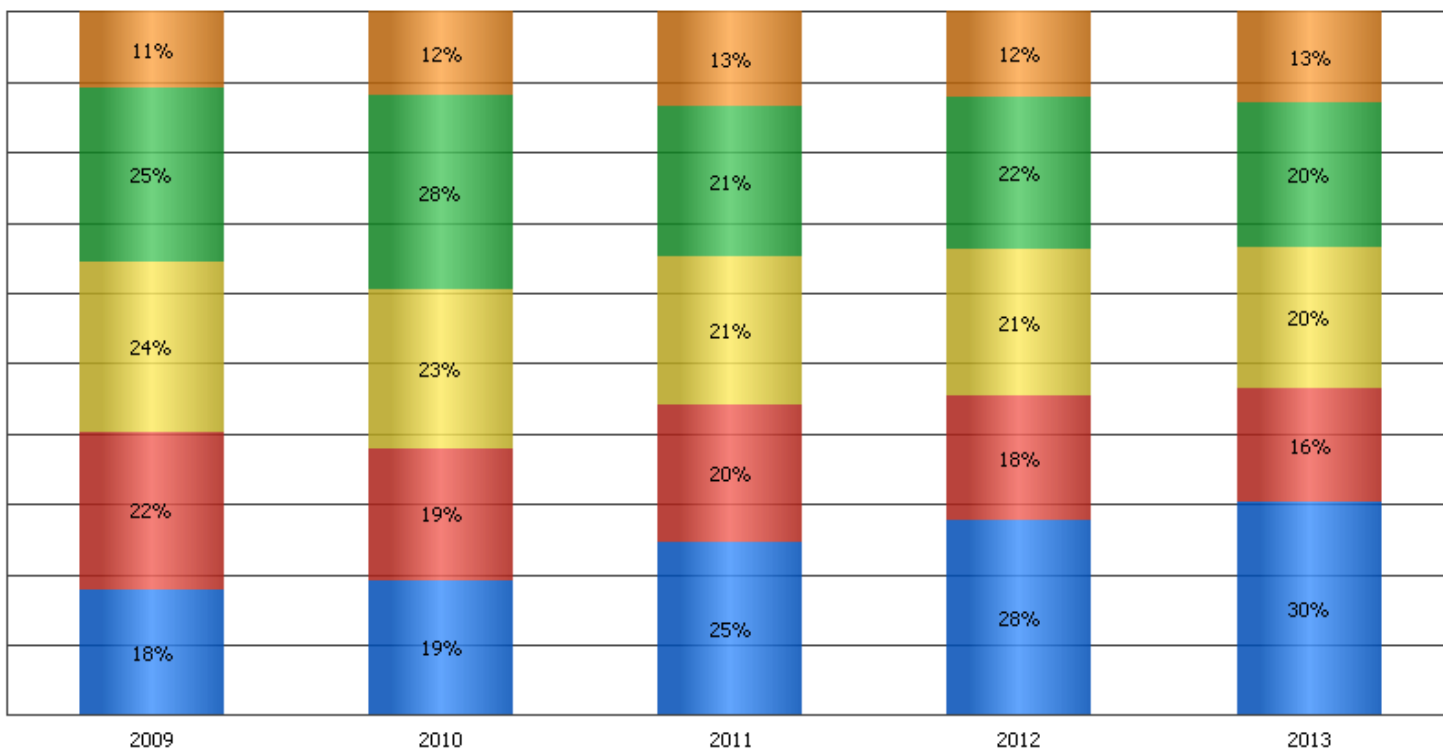
Consumenten landenrapporten



Aankoopkanaal snijbloemen

- Overig
- Bouwmarkt
- Tuincentrum
- Markt-, straathandel
- Kwekerij
- Super-/hypermarkt
- Kiosk
- Bloemist

Consumenten landenrapporten



Bestedingen
kamerplanten
kopers o.b.v.
leeftijd

60-65
50-59
40-49
30-39
18-29

Belang onderzoek

- De consument beter begrijpen
- Betere gesprekspartner
- De doelgroep gericht benaderen
- Budget effectief inzetten
- Ken je klant!



Tarieven

- Onderzoek kost geld
- Aanzienlijke investeringen
- Herhaalonderzoek in 2017
- Gedifferentieerde tarieven
 - leden
 - niet leden
 - overige organisaties

consumentenonderzoek tarieven

	teler, handelaar (lid)	teler, handelaar (niet-lid)	overige Nederlandse sectororganisaties en sectorondernemers *	andere organisaties *
	€ per jaar	€ per jaar	€ per jaar	€ per jaar
Segmentatieonderzoek 2014, toegang tot Consumententool				
Nederland	gratis	100	100	3.500
Duitsland	100	250	5.000	7.500
Verenigd Koninkrijk	100	250	5.000	7.500
Frankrijk	100	250	5.000	7.500
Noord-Italië	100	250	3.500	5.000
Polen	100	250	3.500	5.000
Rusland	100	250	3.500	5.000
Zweden	100	250	3.500	5.000
maatwerk presentaties	85 / uur	120 / uur	120 / uur	120 / uur
Consumentenlandenrapport als PDF bestand				
Nederland	250	1.000	5.000	7.500
Duitsland	250	1.000	5.000	7.500
Verenigd Koninkrijk	250	1.000	5.000	7.500
Frankrijk	250	1.000	5.000	7.500
Rusland	250	1.000	3.500	5.000
Tuinonderzoek 2014 als PDF bestand				
Nederland	250	1.000	2.500	3.500
Duitsland	250	1.000	2.500	3.500
Verenigd Koninkrijk	250	1.000	2.500	3.500
Frankrijk	250	1.000	2.500	3.500
Cadeaumonitor als PDF bestand				
Duitsland, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk en Nederland in 1 presentatie	250	1.000	2.500	3.500
doelgroep definities	Leden van FloraHolland en/of VGB.	Geen lid van FloraHolland en/of VGB, maar wel financieel bijgedragen aan het Productschap Tuinbouw.	Veredelaars, zaadbedrijven, bloemisten, sierteelt retailers en bollenbemiddelaars. Agrarische sectororganisaties in Nederland.	Marketing- en adviesbureaus, toeleveranciers, financiële dienstverleners, onderwijs instellingen en pers. Agrarische sectororganisaties buiten Nederland.
Alle bedragen zijn exclusief 21% BTW en zijn geldig tot en met 31 december 2015.				
* Toegang tot de tool en informatie wordt voor deze doelgroepen altijd individueel beoordeeld.				

Wist je dat.....

Je de Cultivated Performer kan motiveren om meer bloemen en planten te kopen door een breed assortiment te presenteren.





Scope van onderzoek



Methode en omvang I

- Online onderzoek door Sinus Institut.
- Bloemen en kamerplanten.
- Representatief voor geslacht, leeftijd (18-65; Rusland 18-55) en opleiding.
- Veldwerk gedurende mei en juni 2014.
- Totale omvang 10.273 consumenten.

Methode en omvang II

- Data is gewogen voor de bevolkingsomvang van de landen.
- Rusland zit niet opgenomen in de totalen.
- Vergelijkingen met 2009 zijn uitsluitend voor de 4 kernlanden.

Resultaten

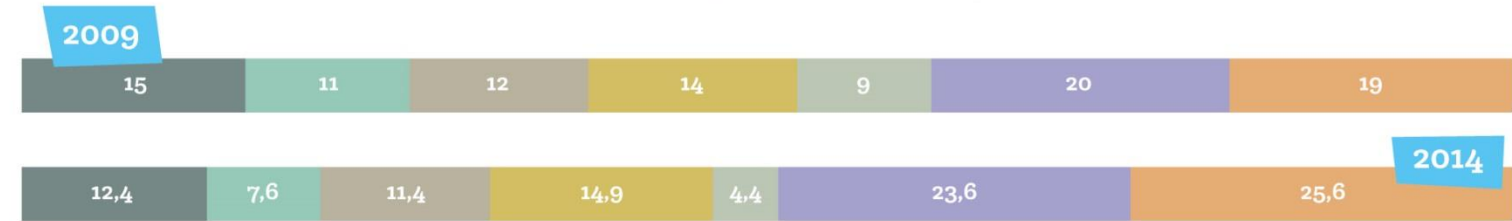
- Iets meer dan 4.500 regels aan Excel tabellen
- Bijna 1.000 pagina's aan rapportages
- 1 Online Consumententool

Formuleren van doelgroep

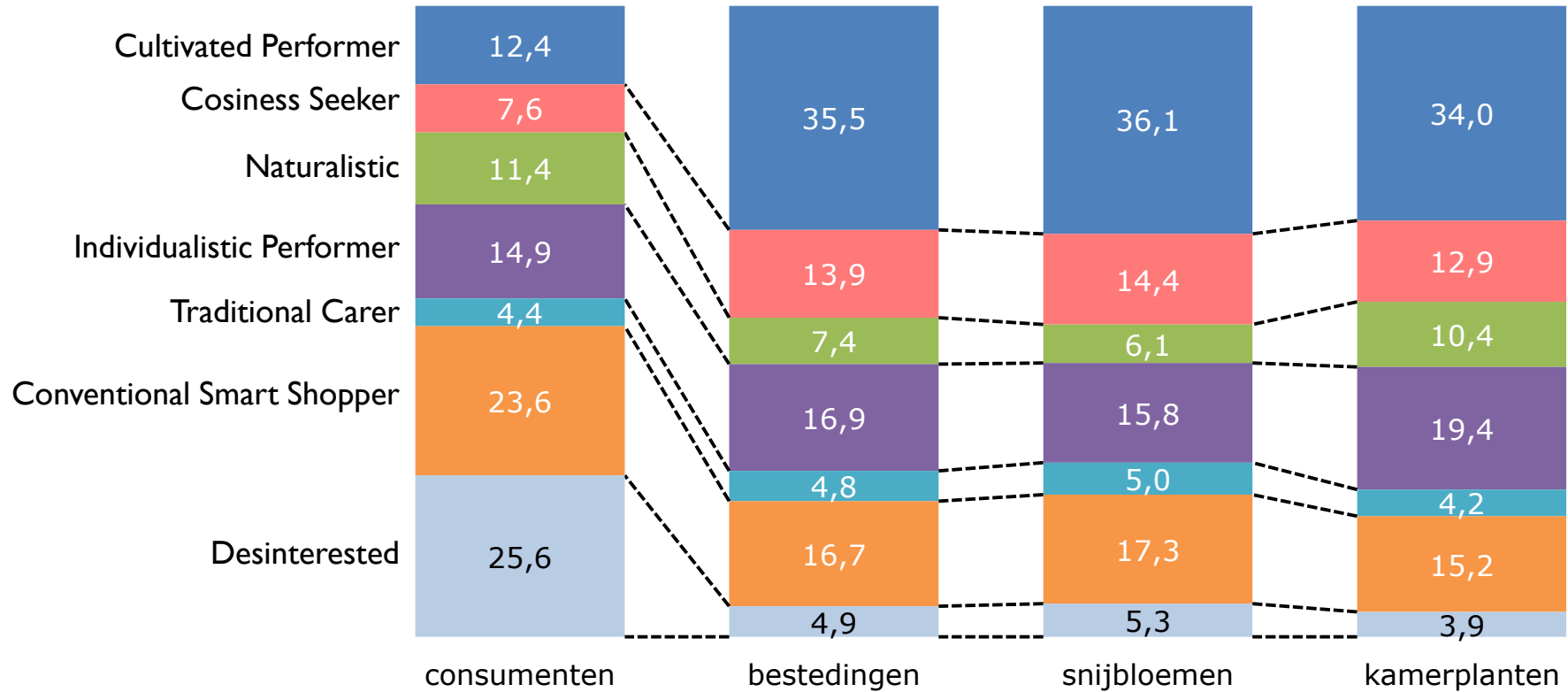


Verdeling groepen

Gemiddeld genomen in de landen Nederland, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk in procenten



Bestedingen



Cultivated Performer

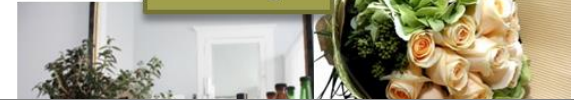


VEEL KEUZE
GOED PERSONEEL
AMBIANCE WINKEL
PRESENTATIE VAN AANBOD

Sophisticated, but
simple arrangements



Perfect gift



Specialized shops



Wide choice



Ambience & competence

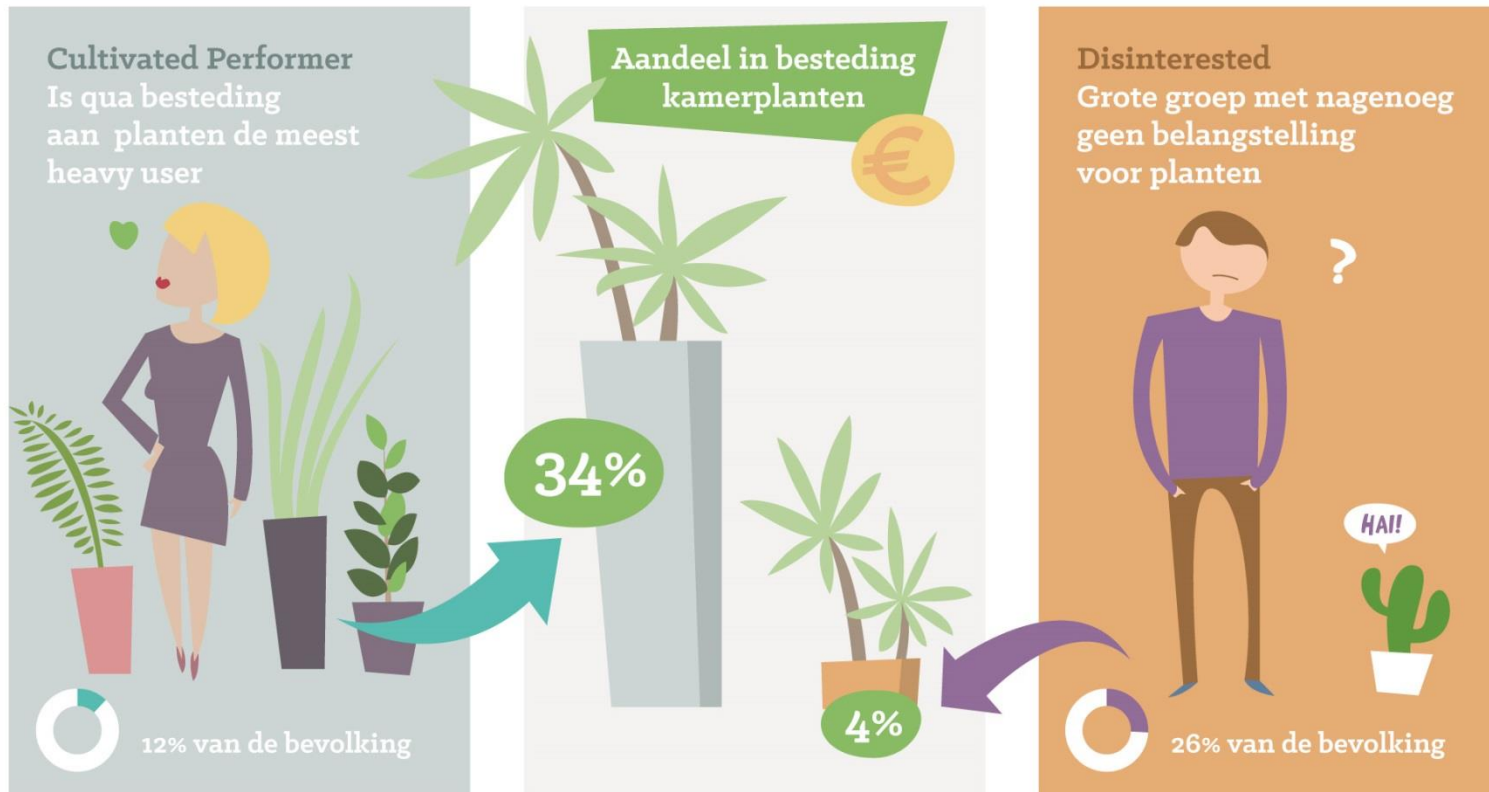
KANT EN KLARE OPLOSSINGEN
PARKEREN
NABIJE LOCATIE
LAAG PRIJSNIVEAU



Well-trusted
information channels

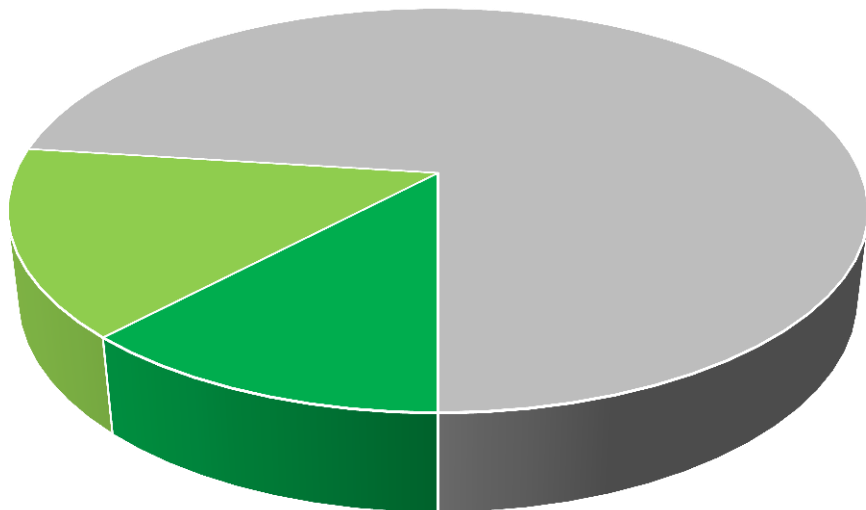
Marktrelevantie

Marktrelevantie van Cultivated Performer vs Disinterested voor kamerplanten gemiddeld genomen in de landen Nederland, Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk



Waarde van CP en IP

AANDEEL BEVOLKING



AANDEEL BESTEDINGEN

