



***Quali-Feuille*: duidelijkheid in kwaliteit**

Informatief blad als service voor afnemers

***Quali-Feuille* is een kwaliteitsblad dat wordt uitgegeven door Expertrees in Zundert. 'Dit magazine is puur informatief opgezet. Het heeft toegevoegde waarde en is een extra service voor onze afnemers', zegt sales- en officemanager Daniëlla Adriaensen.**

Auteur: Sylvia de Witt



Expertrees, al zo'n vijftig jaar gevestigd in Zundert, is gespecialiseerd in het kweken van uitgangsmateriaal voor de sierteelt en boomkwekerijen. Klanten zijn vooral andere kwekerijen in heel Europa. Expertrees importeert zelf ook planten uit Amerika die hier niet verkrijgbaar zijn of die hier van mindere kwaliteit zijn, maar de hoofdmoot is het exporteren van plantmateriaal naar kwekerijen binnen Europa. Net als iedere kweker wil ook Expertrees natuurlijk dat zijn klanten tevreden zijn. En iedere klant wil de beste kwaliteit voor de beste prijs. 'Maar dat is niet altijd zo eenvoudig als het lijkt', zegt sales- en officemanager Daniëlla Adriaensen van Expertrees. Zij neemt deze middag de honneurs waar, omdat eigenaar Joost van Iersel naar een afspraak moest. 'We hebben tenslotte te maken met een natuurproduct, dat nogal eens kan afwijken van onze kwaliteitseisen en specificaties.' Als de specificaties en kwaliteit van een plant voldoende zijn benoemd, is er geen vuiltje aan de lucht. Maar het komt nogal eens voor dat deze niet goed beschreven zijn in offertes, vindt Adriaensen. Zo worden de teeltmethodes vaak weggelaten en wordt alleen de grootte van de plant vermeld. En meestal is de prijs dan de doorslaggevendende factor. 'Maar hoe minder specificaties er worden vermeld, hoe prominenter de prijs. Joost vindt het dan ook zinvol dat juist de kwaliteit en de specificaties van het plantmateriaal worden benoemd. Dit is ook de belangrijkste reden voor het opzetten van *Quali-Feuille*.'

Groen op Wit

Quali-Feuille is dus bedoeld om meer kwaliteitsbewustzijn te ontwikkelen bij de kwekers. De informatie die erin staat, is gebaseerd op de Nederlandse groeiomstandigheden en teeltmethoden. Het blad komt nu één keer per jaar uit, maar waarschijnlijk zal het in de toekomst meerdere keren per jaar verschijnen. 'Oorspronkelijk is het concept al dertig jaar gele-

den bedacht', vertelt Adriaensen. 'Joost zat destijds in de bomen, evenals zijn vader en broer. Toen vond hij al dat afnemers te weinig wisten van de verschillen in kwaliteit. Ja, er hangt een prijskaartje aan de bomen, maar zien zij ook werkelijk het verschil in kwaliteit? Nee, dus.' Er werd verder niet echt iets met dit concept gedaan. Van Iersel stopte met het kweken van bomen en stortte zich op bos en haag. In 1995 kwam hij terecht bij de SAG, Stichting Afzetbevordering Groen, en hier kwam het concept van een informatiemagazine weer aan de orde. Van Iersel wilde iets doen met het idee om een kwaliteitsaanduiding voor afnemers te geven: dat er wordt vermeld hoe een bepaald uitgangsmateriaal wordt gekweekt, wat de verschillende mogelijkheden zijn en hoe de verscheidene gradaties waarin iets wordt gekweekt worden benoemd. In 2001 kwam *Groen op Wit* uit, een eenmalige uitgave van de SAG. Hierin werd duidelijkheid geschapen over kwaliteit en kregen afnemers info over het kweken van planten en de totstandkoming van de prijs.

Adriaensen: 'Het bleef echter bij deze eenmalige uitgave. Daarna is er nooit meer iets mee gebeurd. Joost wilde dit jaren later toch weer oppakken, ook omdat er weleens vragen kwamen van afnemers – vaak vanwege de prijs, die toch een grote rol speelt.'

Enorme waardering

In november 2011 kwam de eerste editie van *Quali-Feuille* uit met daarin alle informatie over *Carpinus betulus*, de haagbeuk, alleen nog in het Engels en Frans. In latere uitgaven werd de informatie ook voor de Duitstalige markt toegevoegd.

Het is natuurlijk mooi dat klanten alle info krijgen over een bepaalde plant, maar leeft het ook echt bij hen? Hoort Expertrees er weleens wat van terug? 'Jazeker, onze afnemers waarderen dit enorm. Met *Quali-Feuille* kun je echt iets uitleggen en komen ze ook veel te weten. In Engeland wordt bijvoorbeeld voor 1+1 soms ook 2+0 geleverd. Met deze informatie speel je open kaart, is alles transparant, maar het is niet zo dat door *Quali-Feuille* de vraag naar producten toeneemt. Dit magazine is puur informatief. Dit is de toegevoegde waarde voor de afnemers, een extra service voor de klanten. Als ik hen bezoek, merk ik dat ze deze informatie ook bewaren als vakliteratuur.'

Expertrees verstuurt *Quali-Feuille* eveneens per e-mail. Elke maand verschijnt er een nieuwsbrief, waarbij dit blad als pdf-file wordt meegestuurd. 'Dan wordt er een plant uitgelicht met alle informatie en foto's, bijvoorbeeld hoe de wortel of de onderstam eruitziet. Soms zit er ook een voorraadlijst bij, of wat extra informatie over een bepaalde

plant. Daar krijgen we veel reacties op.'

Maar je zou toch verwachten dat veel afnemers deze kennis wel in huis hebben?

'Nee, niet altijd. Sommige kwekerijen hebben een enorm breed assortiment. Zij weten echt niet alles van iedere plant, bijvoorbeeld als ze uitgangsmateriaal moeten inkopen voor bos en haag of voor meer visueel aantrekkelijke planten die je in tuincentra ziet, die ze krijgen aangeleverd in een P9 of in een plug. Daarin zitten allerlei kwaliteitsverschillen.'

Bij vakbladen in Engeland, Frankrijk en Duitsland

In *Quali-Feuille* staan de verschillende kwaliteitscategorieën van een plant met de daarbij behorende prijzen, in drie talen: Engels, Frans en Duits. Joost van Iersel bepaalt welke plant er wordt uitgelicht. In editie 4 van september 2015, bijvoorbeeld, wordt *Crataegus monogyna*, de eenstijlige meidoorn, behandeld. Adriaensen: 'Je kijkt wat op dat moment interessant is. *Crataegus monogyna* is echt voor de Engelse markt; Engelsen zijn gek op meidoorn. We hebben van deze laatste editie 7500 exemplaren laten drukken. Hij wordt ook bij vakbladen in Engeland, Frankrijk en Duitsland gevoegd. Dit is een stuk service en reclame. Het kost veel tijd en geld, maar het uiteindelijke doel is natuurlijk dat onze naamsbekendheid wordt vergroot. Wij geloven in de impact van dit magazine. Herhaling is een goede marketingtool en dat geldt ook hiervoor; je vergroot hiermee je naamsbekendheid. Daarnaast is het ook belangrijk hoe je het materiaal aanlevert, dus hoe het verpakt is, en dat de kwaliteit goed is.

Afgelopen zomer was ik een week in Engeland en moest ik langs een klant die bomen kweekt voor een groot bedrijf in dat land. Hij neemt al vijftig jaar uitgangsmateriaal voor zijn bomen af van Expertrees. Hij kweekt dat op in zijn kwekerij, eerst tot spilletjes van circa 2,50 tot 3 meter, en daarna door tot 5 à 6 meter. Hij zei: "Kijk maar eens wat hier is ontstaan door goede kwaliteit." En ik moet eerlijk zeggen dat ik best onder de indruk was. Het stond er allemaal perfect bij. Daar mag Joost ook echt trots op zijn. Die man is al vijftig jaar een trouwe klant. Maar ook bij het bezoeken van nieuwe klanten is er door onze nieuwsbrief en *Quali-Feuille* toch direct herkenning. Dan heb je al een ingang.'



Be social

Scan of ga naar:

www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-5563

