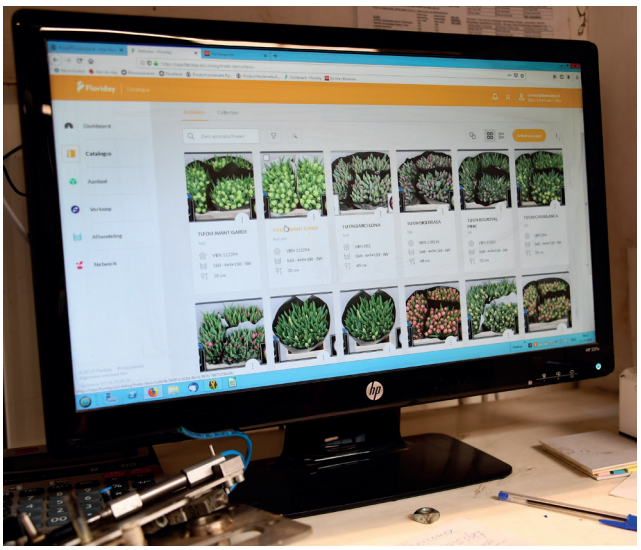


Zo'n 1.400 kwekers werken met Floriday.



Floriday werkt eraan de veilingbrief in het platform te verwerken.

Tulpenkwekers proeven aan Floriday

Het digitale platform Floriday krijgt langzaam vorm. Snijbloementelers die jaarrond product leveren en vaak vooroplopen in digitalisering, maken er het meest gebruik van. Slechts een enkele tulpenkweker deed tot nu toe wat 'vingeroefeningen'. Komend broeiseizoen hoopt Royal FloraHolland meer tulpenkwekers met Floriday te faciliteren. "Als 'early-adapters' hun succesverhalen uitdragen, hopen we op het olievlekeffect", zegt Geert Jan van der Kooij van Floriday.

Tekst: Ellis Langen | Fotografie: René Faas

De uitdrukking 'een slak op de goede weg wint het van een haas op de verkeerde weg' is wel van toepassing op het traject waarmee Floriday wordt gerealiseerd. Sinds de Trade Fair november 2018 is het digitale platform operationeel. Het moet dé plek worden waar aanvoerders al hun aanbod digitaal invoeren ongeacht het verkoopkanaal en waarbij kopers dus real-time het beschikbare aanbod zien. Gebruikers kunnen er al enige tijd hun aanbod invoeren voor de klokvoorverkoop en directe verkoop via FloraMondo, het aanbod voor de klok, komt er heel snel bij. Stap voor stap sluiten productgroepen aan bij Floriday, vertelt Geert Jan van der Kooij van Floriday. "En gaandeweg komen er steeds meer functionaliteiten bij. Per definitie is Floriday nooit af. Kwekers en kopers blijven wensen hebben. We kunnen niet alles in één keer bouwen, we prioriteren."
Inmiddels werken er zo'n 1.400 kwekers wekelijks met Floriday. Ongeveer de helft daarvan is snijbloemenkweker. Daarbij valt op dat de jaarrondkwekers, zoals die van roos, lelie en gerbera, sneller innoveren in digitalisering dan seizoenaanvoerders, zoals die van tulp. Jaap Houwer, productmanager Tulp bij FloraHolland, raadt tulpenkwekers aan mee te gaan met de tijd en dit seizoen met Floriday te starten.

MANIER VOOR MEER KOOPKRACHT

Wat zijn dan de voordelen van Floriday voor tulpenbroeiers? Om die vraag te kunnen beantwoorden, schetst Houwer graag de situatie. "In het verleden was er een aanbodgedreven keten. Een tulpenkweker zette een kar voor de klok en een inkoper kocht in. Vervolgens ging die inkoper het proberen te verkopen door het gekochte te pushen naar klanten." Rond 2010 kwamen de webshops van exporteurs in opkomst. Daarop bestellen bloemisten en groothandel. Houwer: "Wanneer op die webshops alleen het werkelijk



Het gewicht van de stelen varieert nogal. Daarom is de functionaliteit ‘artikel varianten’ een goede uitkomst.

ingekochte product van de exporteur staat, is dit voor bloemisten en groothandel een te smal en ondiep assortiment. Maar meer inkopen en hopen dat het wordt verkocht, wil een exporteur niet. Dat kost geld en levert risico’s op.” Daarom willen exporteurs dat al het aanbod op één centrale plek staat en ook dat dit het real-time aanbod is, zodat hun webshop up-to-date is.
Voor een kweker is het ook belangrijk dat als hij in Floriday via verschillende gekoppelde digitale verkoopkanalen iets verkoopt, dit meteen wordt afgeboekt. Houwer: “Het grote voordeel is dan dat hij de partijen niet hoeft op te splitsen. Daarmee laat hij immers verkoopkansen liggen.” Door met Floriday te werken bereiken kwekers volgens FloraHolland op een gemakkelijke manier meer koopkracht. “Als kleinere broeier is het best lastig te anticiperen op de wirwar die ontstaat in de digitale infrastructuur van verkopen. Ik vind dat Floriday voor hen veel mogelijk maakt. Naast de verplichte VBN-info kan een kweker in de catalogus veel informatie meegeven waarmee hij zijn product kan profileren, bijvoorbeeld de teeltwijze of een certificering.”

HANDIGE FUNCTIONALITEITEN

Floriday-gebruikers hebben nu nog gratis toegang tot de apps Insights en HortiHeat. Insights geeft een kweker direct inzicht in de prijs- en marktontwikkeling. Hiermee kan hij analyses maken en dat geeft weer houvast aan zijn verkoopstrategie. Ook kan hij hiermee vergelijken hoe hij het doet ten opzichte van andere kwekers. Een andere app is HortiHeat. Die biedt marketingtools aan voor de promotie en de verkoop van de artikelen in de catalogus. Houwer: “Hiermee kan de kweker zijn aanbod proactief de markt in sturen en er een marketingcampagne aan koppelen, zoals bepaalde aanbiedingen doen.” In de situatie voor digitale verkoop ging de marketing met een product mee, verduidelijkt Houwer. “Een inkoper vertelde dan dat hij een mooie partij ‘Strong Gold’ had van een bepaalde kweker en vertelde daar een verhaal bij. Door de vraaggestuurde keten door de verkoop via webshops is dat verkoopverhaal verdwenen.”
Om die reden kan een kweker in de toekomst een eigen open profielpagina opstellen waarin hij de kwekerij en het product kan profileren. Uiteindelijk moet hier ook een ‘koopknop’ op komen. De foto-app, waarbij met een mobiel partijfoto’s kunnen worden gemaakt, maakt dat een kweker altijd gemakkelijk en snel een representatieve foto heeft van het product. Die foto’s worden bij de klok getoond en exporteurs kunnen ze meteen gebruiken in hun webshop.
Bij tulp is een representatieve foto echt gewenst, geeft Houwer aan. “Kwekers kunnen dezelfde cultivar aanbieden, maar onderling kan de kwaliteit zoals rijpheidsstadium en zwaarte verschillen.” Daarnaast is de foto voor de kweker ook een middel om marketing in de keten mee te geven. “Door het versoepelde fotobeleid kunnen kwekers bijvoorbeeld hun eigen logo voeren.” Van der Kooij noemt graag de functie prijssuggestie bij klokvoorverkoop. Floriday rekent hiermee een voorstel voor de vraagprijs uit. “Dit biedt kwekers veel rust.” Het aandeel klokvoorverkoop is groeiende, ook bij tulp. Dit jaar maakten 262 tulpenkwekers er gebruik van.

OP TULPENDAG VERKOOPSYSTEEM LANCEREN

Royal FloraHolland kent zo’n 500 tulpenaanvoerders, waarvan er zo’n 350 continu aanvoeren in het tulpenseizoen. Zo’n 50 tot 60 hiervan zijn grote kwekers die vooral voor de retail produceren. Zij hebben een-op-eenrelaties en verkopen vaak hun hele productie aan één klant. Deze groep kan in Floriday een voorraadkoppeling maken met klanten. Maar Floriday is vooral interessant voor kwekers die klokverkoop doen en dus produceren voor de vak- en groothandel.





Houwer: “Zij hebben veel klanten en maken gebruik van veel verkoopkanalen.” Het gaat dan om zo’n 250 tot 300 tulpenkwekers. Floriday hoopt dat een deel van hen komend seizoen het aanbod via Floriday aanbiedt.
Op de Tulpendag 4 december van de FPC Tulp van FloraHolland wordt Floriday gepresenteerd aan de tulpenbroeiers. Tot nu toe hebben slechts een paar tulpenkwekers eens wat vingeroefeningen gedaan met Floriday. Vorig jaar was er één tulpenkweker die gebruikmaakte van de logistieke dienst ‘Leveren uit Voorraad’. Hierbij zet een kweker bijvoorbeeld een kar in een koelcel op een FloraHolland-locatie. Via FloraMondo kan via daghandel daaruit verkocht worden aan kopers. Het voordeel is dat kopers binnen 1,5 uur kleine hoeveelheden snel kunnen hebben. Van der Kooij: “De service Leveren uit voorraad speelt vooral in op kwekers die daghandel willen en ver van een locatie zitten. Dat geldt zeker voor een groot aantal tulpenkwekers.” In november start een andere tulpenkweker met leveren uit voorraad, weet Van der Kooij.

VOORPROEVERS

Eind september lichtte Floriday het aanbodplatform toe aan acht broeiers. In twee zogenoemde validatiesessies werd getest of Floriday goed bruikbaar is voor deze doelgroep. Er kwam onder andere naar voren dat de nieuwe functionaliteit ‘artikel varianten’ die in de catalogus van Floriday wordt gebouwd, essentieel is voor broeiers. Hierdoor kunnen zij in de artikelen het gewicht van de stelen makkelijk aanpassen. Houwer: “Dat is belangrijk, want bij tulpen verschilt het gewicht van een bepaalde zet nogal in de tijd.”
Verder is er tussen kwekers een groot verschil in de mate waarin ze digitalisering willen en kunnen oppakken. Met name de jongere tulpenkwekers in de validatiesessie zien er kansen in, de oudere kwekers wachten volgens Van der Kooij liever af tot alles helemaal uitgekristalliseerd is. “Zij vinden deze verandering lastig. Maar we hebben ook niet de illusie dat we iedereen dit seizoen al mee gaan krijgen.”
Vanaf eind 2020 zullen alle directe transacties via Floriday, FloraMondo, FloraXchange, Blueroots of een API-koppeling plaatsvinden. Voor de kwekers betekent dit dat al hun aanbod voor de directe handel via Floriday gaat. Eind 2020 wordt ook niet meer via de traditionele Connect-EAB gehandeld. Sommige functies zijn gaandeweg alleen nog via Floriday beschikbaar. Bijvoorbeeld als klokvoorverkoop volledig over is op Floriday, is dit niet meer beschikbaar via FloraMondo. Hetzelfde geldt voor Floranext; die gaat per 1 december ‘uit’ en Insights is de vervanger.



Geert Laan: ‘Even wennen aan nieuwe dingen’

Geert Laan van Laan Tulips in Avenhorn werkte vorig seizoen al met Floriday en nu hij al oogst doet hij het weer. Hij miste nog één puzzelstukje: de logistieke EAB voor directe kopers buiten FloraMondo om. Zo heeft de kwekerij verschillende kopers die geregeld telefonisch bij hem inkopen. Floriday werkt eraan dit te regelen in een nieuwe functionaliteit. “Dat is mooi want dat scheelt handelingen”, zegt Geert Laan. De broeier laat via Floriday aan een door hem geselecteerde groep kopers het aanbod zien. Zodra Floriday ook werkt voor de klokverkoop, gaat hij daar ook gebruik van maken. Laan denkt dat tulpenkwekers die via de klok en FloraMondo veel daghandel doen, gaan werken met Floriday. “Floriday biedt gemak, een beter overzicht waardoor er minder kans is op fouten.”
Bij kwekers die gebruikmaken van de telefonische bemiddeling van FlowerConnect verwacht hij dat het animo minder groot is. “Die zijn iets anders gewend en dat loopt waarschijnlijk goed.” De foto-app gebruikt de tulpenkweker niet; de foto’s opladen via het EAB-pakket gaat hem makkelijker af. De app Insights heeft hij al eens goed bekeken, maar FloraNext vindt hij overzichtelijker. “Je kunt met Insights wel echt de diepte in gaan. Daarom verwacht ik wel het te gaan gebruiken. Vaak is het ook een kwestie van even wennen aan nieuwe dingen.”