



Online bestellingen via Plant Market

Zoekgedrag geeft boomkweker nieuwe blik op de markt

Digitalisering maakt zichtbaar waar klanten naar zoeken, ook als daar nog geen bestelling uit volgt

Van oudsher baseren boomkwekers hun teeltplan op ervaring, historische verkoop en hun verwachting van de markt. Digitalisering voegt daar een nieuwe informatiebron aan toe: het zoekgedrag van klanten. Welke soorten en maten worden gezocht, welke offertes worden aangevraagd en welke alternatieven worden gekozen? 'Juist die signalen kunnen interessant zijn voor de kweker,' stelt Bianca Raats van Plant Market.

Auteur: Fleur Dil

[illegible]

Ook producten
die klanten zoeken
maar niet kunnen
vinden, leveren
informatie op

Dat kan ook inzicht geven in voorkeuren binnen bestaand sortiment. 'In de verkoopperiode van bosplantsoen zijn de maten 40/60 en 60/80 cm bijvoorbeeld vaak snel uitverkocht. Deze middenmaten zijn populair omdat ze relatief snel resultaat geven, betaalbaar blijven en doorgaans beter aanslaan dan de allerkleinste zaailingen. Dat is marktinformatie, die hebben we en daar anticiperen we op.'

Ook een klant die een grote hoeveelheid van een bepaalde soort zoekt, kan een interessant signaal geven. Met een kweker kan vervolgens worden besproken of het zinvol is om voor een volgend seizoen gericht aantallen op te zetten.

Daarvoor moet het assortiment natuurlijk wel digitaal vindbaar zijn. Digitalisering verandert volgens Raats vooral de manier waarop vraag en aanbod elkaar vinden. Actuele beschikbaarheid, productinformatie en online zichtbaarheid worden steeds belangrijker.

Dat biedt vooral kansen voor kleinere en gespecialiseerde kwekers. 'Zij hebben soms een bijzonder sortiment of specialistische productkennis, maar niet de commerciële capaciteit om zelf een grote groep afnemers actief te benaderen. Wanneer hun aanbod digitaal vindbaar wordt, kan een inkoper dit meenemen in zijn zoektocht zonder dat de kweker daarvoor zelf tientallen telefoontjes hoeft te plegen.' Meer bereik betekent overigens niet automa-

Tegelijkertijd kan de markt snel veranderen. Klimaat, regelgeving, biodiversiteit, veranderen de bestekken en ontwikkelingen in de openbare ruimte beïnvloeden wat afnemers nodig hebben. 'Juist daar wordt betere informatie in de keten belangrijk,' zegt Raats. Die informatie kan kwekers helpen om beter in te spelen op veranderingen in de vraag.

Een belangrijk effect van digitalisering is meer transparantie in prijzen. Afnemers kunnen sneller zien wat verschillende aanbieders vragen en prijzen beter met elkaar vergelijken. Toch blijft persoonlijk contact belangrijk. Een prijs vertelt immers maar een deel van het verhaal. 'Bomen van dezelfde soort en maat kunnen verschillen in kwaliteit, herkomst en levermoment. Ook verpakking, logistieke kosten, aantallen en projectafspraken spelen mee.' De prijs wordt daarmee beter zichtbaar, maar geen vaststaand gegeven. 'Er blijft altijd ruimte om te onderhandelen.'

Tegelijkertijd wordt de informatie die digitaal aan een product of partij kan worden gekoppeld steeds uitgebreider. Het plantenpaspoort is daar volgens Raats een voorbeeld van. 'Digitale systemen kunnen steeds meer gegevens koppelen, zoals herkomst, producent, maatvoering, certificering en mogelijk ook informatie over duurzaamheid of teeltwijze.' Meer informatie maakt het zoeken en vergelijken



Klimaat, regelgeving, biodiversiteit, veranderende bestekken en ontwikkelingen in de openbare ruimte beïnvloeden wat afnemers nodig hebben

Betere informatie kan kwekers helpen om in te spelen op veranderingen in de vraag

ken makkelijker, maar de vakkennis van kweker en afnemer blijft onmisbaar. Een systeem kent niet vanzelf de context van een project of de reden waarom een afnemer voor een bepaald product kiest. De uiteindelijke beoordeling blijft mensenwerk.

Digitale markt kent geen landsgrens

Ook het geografisch bereik van de markt wordt groter. Nederlandse inkopers krijgen buitenslands aanbod in beeld, terwijl buitenlandse afnemers makkelijker Nederlands sortiment vinden.

Een Engelse klant van Plant Market merkt dat in de praktijk: 'Door de webshop van Plant Market in ons dagelijkse offerte- en bestelproces te integreren, kunnen we onze klanten meer mogelijkheden bieden.' Volgens de klant heeft dat ook geleid tot meer handel met Plant Market. 'Digitalisering maakt internationale handel daarmee niet vanzelf eenvoudiger,' zegt

Raats, 'maar verlaagt wel de drempel om vraag en aanbod bij elkaar te brengen.'

Digitalisering verandert vooral de informatiepositie van de kweker. Hij krijgt zicht op wat klanten zoeken, wat beschikbaar is en waar vraag mogelijk blijft liggen. Die informatie kan helpen om ontwikkelingen eerder te signaleren en het eigen aanbod beter onder de aandacht te brengen. 'Wat daar uiteindelijk mee gebeurt, blijft aan de kweker.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!