

## Retail Services Kennisupdate | week 46

### KLANT AAN HET WOORD

**“De data van Royal FloraHolland heeft overtuigingskracht”**

**Team Retail Services van Royal FloraHolland ondersteunt organisaties om hun bloemen- en planten verkooppotentieel maximaal te benutten. Al jaren werkt het team samen met de marketingafdeling van Waterdrinker om hun planten en bloemen zo goed mogelijk bij retailers en bloemisten in de markt te zetten. “We ontvangen veel data, inzichten en adviezen die we goed kunnen gebruiken”, vertelt Selma van der Beek.**

De samenwerking tussen Royal FloraHolland en Waterdrinker gaat al heel wat jaren terug. Sinds 2006 ontvangt het grootste groen gerelateerde inkoopcentrum van Europa allerlei nuttige gegevens en kennis op het gebied van bloemen, planten en retail. “Ik geloof dat de afdeling Retail Services nog niet eens in z’n hoedanigheid bestond, toen we al marktinformatie ontvingen van Royal FloraHolland”, zegt Selma van der Beek, manager marketing en communicatie bij Waterdrinker. “Er wordt meegedacht met de klant en dat vinden we heel fijn. De kennis die we ontvangen, heeft echt een meerwaarde. Voor grote klanten vragen we Royal FloraHolland bijvoorbeeld wat voor ontwikkelingen ze zien binnen de retail.”

#### **Vertalen naar de winkelvloer**

“Met de data en inzichten van Retail Services kom je te weten wat de consument belangrijk vindt en wat voor consumententypes de winkel bezoeken. Dat vertalen we naar de winkelvloer. Bloemisten en retailers denken zelf ook goed mee. Zij kennen hun klanten en de buurt waarin hun winkel staat van haver tot gort. Daar kun je op inspelen. Voor ieder type consument is andere marketingcommunicatie nodig.”

Selma komt met een concreet en recent voorbeeld: een insert in Allerhande om de plantverkoop te stimuleren. Die liet zien hoe veelzijdig planten zijn. “In de insert gaven we bijvoorbeeld tips op welke plek in huis een plant het best tot z’n recht komt. Heel praktische en gerichte informatie, waardoor de drempel tot aanschaf verlaagd wordt.”

#### **Overtuigingskracht**

Royal FloraHolland levert maandelijks een rapportage, met basisontwikkelingen in de markt. Daarnaast komt Selma zelf met vragen voor specifieke klanten. “Ook daarvoor krijgen we relevante informatie. Het meedenken in de praktijk is iets wat Royal FloraHolland heel goed doet. Dit gebeurt ook in samenwerking met de kwekers. Zij denken heel actief mee. Het is echt een ketensamenwerking. Royal FloraHolland levert de data in PowerPoint aan en dat kan ik zo overnemen in mijn advies naar de klant. Aan het logo zien onze klanten dat de onderzoeksgegevens van Royal FloraHolland komen. Omdat ze weten dat deze informatie neutraal is, geeft dat zeker de doorslag. Royal FloraHolland heeft overtuigingskracht.”

#### **Samenwerking**

Over de samenwerking met Team Retail Services is Selma heel positief: “We kennen elkaar al wat langer en hebben in verschillende projecten met elkaar gewerkt. Dat gebeurt altijd coöperatief en transparant. We hebben ook hetzelfde doel: we willen vooruit! En het blijft ook mensenwerk. De klik met Jolanda Roskam, Category Developer, en Fred van der Hoeven, Business Initiator, is goed. Het team bestaat uit negen mensen met allemaal heb ik wel eens contact.”

Waterdrinker ‘bouwt’ op hun beurt mee aan een nieuwe tool van Royal FloraHolland. Jolanda: “We ontwikkelen op dit moment een online dashboard met daarin actuele, unieke, gecombineerde data over landen, consumenten, kanalen, formules en producten. Waterdrinker kijkt met een kritische blik naar de kwaliteit van de data, de onderwerpen en het gebruik van de tool.” Selma: “Ik heb soms ad hoc vragen. Als die tool straks online is, heb ik 24/7 data tot mijn beschikking. Ik kan dan zelf dingen opzoeken. Maar we blijven contact houden natuurlijk!”