

THEMA'S:	Nieuwe website Horti-Expert	1	Column: Uit de hoek	3
	Strategie in Phalaenopsis-wereld	2	Tolken zonder ruis	3
	Concept meer dan strik	2	Training: Leiderschap & Management	3
	Carrière Plaza op de Horti Fair 2009	2	Team Horti-Expert groeit	4
	Happy Summer® inspireert	3	Leo de Vries, KPHolland over trainingen	4

Graag presenteert Horti-Expert de eerste Novum. Met regelmaat verschijnt een uitgave die als communicatiemiddel wordt ingezet voor het verschaffen van actuele informatie en u van de ontwikkeling op de hoogte te houden.

Van nieuwe site gaat voorbeeldfunctie uit

Horti-Expert heeft een nieuwe website. Op zich geen groot nieuws, want het vernieuwen van websites gebeurt regelmatig. Het tegenovergestelde gebeurt echter net zo vaak. Dan wordt naar een website die eenmaal in de lucht is, nauwelijks meer omgekeken.

Wanneer een website intern onvoldoende aandacht krijgt, is niet te verwachten dat mensen die op internet op zoek zijn naar informatie over een bedrijf of organisatie, daar lang bij blijven stilstaan. Horti-Expert wil dat laatste voorkomen. Temeer omdat het bureau zoveel te vertellen heeft over nieuwe activiteiten die het ontplooit. Horti-Expert blijft zich namelijk ontwikkelen. De website www.horti-expert.nl gaat met die ontwikkelingen mee. Belangrijk is de verbreding die het bureau ondergaat.

Van oorsprong stelde het op de inzet van twee personen. De vernieuwde website laat inmiddels vijf gezichten zien.

De website onderstreept nog eens hoe breed het aanbod is aan professionele diensten in de flowers & food business. Horti-Expert is op vele markten thuis. Dat laten de opdrachten zien die op de site staan beschreven en vooral ook de klantervaringen van de klanten van het bureau.

Advies opdrachtgevers

De vernieuwde website heeft ook een voorbeeldfunctie, zo komt uit de woorden van Ruud Ruiters, directeur van Horti-Expert naar voren. Net als voor dit bureau speelt internet een belangrijke rol in de wijze waarop bedrijven of organisaties zich naar buiten toe presenteren. "Die rol hebben wij bij de vernieuwing van de site nog eens nadrukkelijk tegen het licht gehouden. Hetzelfde raden wij regelmatig onze opdrachtgevers aan", zegt hij hierover.

MARKETING • ORGANISATION • TRANSLATION

**HORTI
EXPERT**

Saturnus 17
7391 RS Twello
The Netherlands

T: +31 (0) 571 272 293
F: +31 (0) 571 274 350
E: info@horti-expert.nl
I: www.horti-expert.nl

Strategie in Phalaenopsis-wereld

De sierteelt maakt geen gemakkelijke tijden door. Daarin nemen de ontwikkelingen in de Phalaenopsis-teelt een aparte plaats in. Tegen die achtergrond werkt Horti-Expert aan een marketingplan voor Aardse Orchideeën in het Groningse Zuidbroek.

Aardse Orchideeën richt zich geheel op het grootwinkelbedrijf. Voor die markt produceert het bedrijf wekelijks 80.000 Phalaenopsis in 12 cm potten. Het is daarmee de grootste speler op deze specifieke markt. Met dergelijke productieaantallen kan met recht worden gesproken van een bulkartikel.



Piet Aardse jr.

Dit neemt volgens Piet Aardse jr. niet weg dat het bedrijf een kwaliteitsproduct voor die markt maakt. Hij zegt dat in een interview in het eerste nummer van KAS; het nieuwe vakblad voor de ondernemer in de glastuinbouw. Op dat gegeven van een kwaliteitsproduct voor de grootschalige afzet borduurt het marketingplan dat Horti-Expert voor Aardse opstelt, voort. In het plan wordt het ragfijne spel tussen het herkennen en erkennen van de interne sterkten en het zien en benutten van kansen in de markt nadrukkelijk uitgewerkt. Een van de sleutelbegrippen vormt de marketinggedrevenheid van de organisatie. Alleen daarmee is de strijd te winnen, luidt de belangrijkste conclusie in het plan.

Concept is meer dan een strik

Regelmatig zetten kwekers nieuwe concepten in de markt. Net zo regelmatig vallen de verkoopresultaten van zo'n concept zwaar tegen, constateert Ruud Ruiter van Horti-Expert in het Vakblad voor de Bloemisterij. Hij deed zijn uitspraken in de rubriek Standpunt. Daarin stelt hij dat een concept altijd het resultaat moet zijn van antwoorden op vragen als: Welke visie en missie heb ik als ondernemer voor mijn bedrijf? Wat zijn mijn onderneming – en marketingdoelstellingen? Wat zijn de sterke en zwakke punten van mijn onderneming? En wat zie ik als kansen en bedreigingen? Kortom: een concept is meer dan alleen een flitsende verpakking of een conceptmatige strik op een plant!

Carrière Plaza op Horti Fair 2009

Binnen het thema 'Innovaties in de Keten' van de Horti Fair 2009 neemt het onderwijs een bijzondere plaats in. Zonder voldoende goed opgeleid personeel is voor de tuinbouw geen toekomst, is de achterliggende gedachte. Horti-Expert werkt dit gegeven mede uit.

Momenteel is reeds sprake van een schrijnend tekort aan vakpersoneel. Komt daarin geen verandering, dan mondt dat uit in een ramp voor de sector. Voor een aantal belanghebbenden is dat reden om gezamenlijk op de Horti Fair de noodklok te luiden. Op deze beurs – de grootste en meest complete op dit gebied in de wereld – komen met bezoekersaantallen van tussen de 40.000 en 50.000 sowieso veel jongeren. Die en nog veel anderen wil de Horti Fair nadrukkelijker dan ooit confronteren met de toekomstmogelijkheden in de tuinbouw en in het verlengde daarvan met alle opleidingen die de weg daartoe openen.



Behalve de Horti Fair zelf heeft zich rond dit thema een groep van belanghebbende instanties en organisaties gevormd zoals de Kamer van Koophandel Amsterdam, Greenport Aalsmeer, Productschap Tuinbouw en Green ID. Onder GreenID werken samen onderwijsinstellingen als Inholland Delft, HAS Den Bosch, Hogeschool Dronen, Van Hall-Larenstein en Wageningen Universiteit. Stuk voor stuk hebben die belang bij een gezonde instroom van nieuwe studenten en arbeidsmarkt, imago en profilering.

De projectleiding van deze manifestatie ligt in handen van Horti-Expert. Het bureau formuleert samen met de werkgroep die de deelnemers hebben gevormd, de doelstellingen. De resultaten kunnen na afloop van de Horti Fair aan de hand hiervan worden getoetst.

Happy Summer® inspireert

Op de 10.000 m² grote proeflocatie van Happy Summer® in Twello staan dit jaar meer dan duizend verschillende zomerbloeiërs opgeplant, waaronder het materiaal van zeker twaalf veredelaars. Van die twaalf zijn er vijf afkomstig uit Duitsland. Voor de veredelingssector biedt de proeftuin een ideale mogelijkheid om producten te testen en het grote publiek te inspireren. Het is dan ook niet zonder reden dat de proeflocatie de naam 'Inspiratietuin' draagt. Informatie over de opzet van de tuin en de voorwaarden om hier soorten onder praktijkomstandigheden te toetsen, verstrekt Horti-Expert.



C O L U M N

Uit de hoek

De tuinbouw is in crisis. Geen grotere open deur die ik op dit moment kan intrappen, dan deze. Toch is het iets waar de ondernemers in deze sector dagelijks mee te maken hebben. Stilletjes in een hoek zitten en afwachten tot de recessie overwaait, is het slechtste antwoord.

Toon binnen de onderneming leiderschap en wees vooral pro-actief. Wat is bijvoorbeeld mis met het organiseren van een creatieve sessie waarin u samen met het personeel kijkt naar de huidige situatie? Laat medewerkers meedenken in het oplossen van de problemen die de recessie met zich meebrengt. Door ze in dat proces te betrekken is de kans het grootst dat er voorstellen vanaf de werkvloer komen die hout snijden. Zijn dat ideeën die leiden tot besparingen, dan hebben die bij voorbaat een draagvlak binnen de organisatie. Alles is beter dan van bovenaf opgelegde, in paniek genomen maatregelen.

Kijk ook eens of met collega-bedrijven of met klanten creatieve oplossingen mogelijk zijn. Met de recessie heeft in principe iedereen in de keten te maken. De belangen zijn daarom bijna per definitie wederzijds.

Kijken over de heg heeft nooit kwaad gekund. In deze tijden geldt dat helemaal. Sta open voor oplossingen uit andere bedrijfstakken. De tuinbouw is niet de enige sector in zwaar weer.

Meer dan in de afgelopen jaren het geval is geweest, is het nodig om zich als ondernemer te focussen op de sterke punten van de onderneming. Communiceer deze krachtig en duidelijk. Laat je zien...

Ruud Ruiter



Training: Leiderschap & Management

Voor de ondernemers in de tuinbouw die de concurrentie een stap voor willen zijn, start Horti-Expert binnenkort een speciale training. Toepasselijk heet die 'Leiderschap & Management voor innovatieve Tuinbouw-topondernemers.' De training is gericht op het ontplooiën van leiderschap. De filosofie daarbij is dat de ondernemer moet kunnen uitgroeien tot een inspirator, en dat hij zijn passies en talenten ruimte biedt in zijn dagelijkse handelen. Met de training investeert hij in zichzelf en daarmee in de toekomst van de onderneming.

Tolken zonder ruis

Horti-Expert biedt vakbekwame tolken voor de talen Duits, Frans, Italiaans en Spaans. Op zich is het bureau daarin niet uniek. Wel bijzonder is dat deze tolken 100% thuis zijn in de tuinbouw. Buitenlandse deelnemers aan bijvoorbeeld rondleidingen, bedrijfsbezoeken of internationale bijeen-



komsten krijgen hierdoor de boodschap steeds in hun eigen vaktaal overgebracht. Dat neemt bij voorbaat veel ruis in de communicatie weg. **Susanna Ruiter-Bähler** draagt de zorg voor de kwaliteit van het tolken en het vertalen binnen het bureau.

Team Horti-Expert groeit

Horti-Expert bestaat drie jaar. In die tijd is het beeld naar buiten toe vooral bepaald door Ruud Ruiter en Susanna Ruiter Bähler. Al of niet achter de schermen is steeds samengewerkt met andere deskundigen, die ieder vanuit hun eigen disciplines de basis van het bureau versterkten.

Met Hermine Horstman, Yvonne Verweel en Guus Wijchman zijn de banden nauwer aangehaald. Zij maken inmiddels deel uit van het Horti-Expert team.



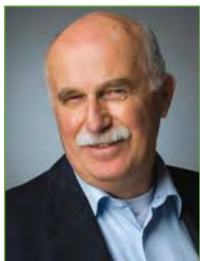
Hermine Horstman



Yvonne Verweel

Hermine Horstman en Yvonne Verweel hebben als trainers hun sporen verdiend in de zakelijke dienstverlening. Doordat zij al ge-

ruime tijd meedraaien in de activiteiten van Horti-Expert, zijn beide inmiddels helemaal thuis in de tuinbouwbranche. Zij combineren op die manier het beste uit twee werelden. Wat zij precies voor organisaties en ondernemingen in de tuinbouw kunnen betekenen staat vermeld op de website onder het kopje Trainingen & Coaching www.horti-expert.nl.



de inhoud van nieuwsbrieven. Zo zijn de teksten van deze Novum van zijn hand.

Guus Wijchman brengt zijn jarenlange ervaring in de internationale vakblad-journalistiek in in het bureau. Behalve dat hij nog steeds veel publiceert, zet hij perscampagnes op, schrijft hij brochure-teksten, draagt hij teksten aan voor websites en voorziet hij die sites ook van een logische structuur. Ook verzorgt hij

Colofon

Deze Novum wordt u aangeboden door:

MARKETING • ORGANISATION • TRANSLATION

**HORTI
EXPERT**

Saturnus 17
7391 RS Twello
The Netherlands

Tel: +31 (0) 571 272 293
Fax: +31 (0) 571 274 350
Email: info@horti-expert.nl
Internet: www.horti-expert.nl

Leo de Vries, KPHolland:

Jaarlijkse verkooptraining houdt spiegel voor

KPHolland is een grote Westlandse producent van potplanten met een eigen verkoopteam. Horti-Expert verzorgt jaarlijks een verkooptraining voor het commerciële team. Volgens Leo de Vries, manager Marketing & Verkoop werpt dat vruchten af.



Wat is het doel van de training?

“Wat ons betreft is het vooral een kwestie van bijschaven, oude gewoontes afleren en natuurlijk gaat het ons ook om wat bij te leren. Zeg maar rustig dat Hermine Horstman ons tijdens die trainingen een spiegel voorhoudt. Dat werkt soms confronterend, maar tegelijkertijd ook verfrissend. Dat is ook de reden waarom wij de training jaarlijks laten terugkeren.”

Hoe is die training georganiseerd?

“Wat ons aanspreekt is de afwisseling tussen theorie en praktijk. Verder maakt ‘training on the job’ deel uit van het programma. Dan zit de trainer naast de verkoper wanneer deze een telefonisch verkoopgesprek voert. Ook daar is veel van op te steken.”

Stijgen de verkopen gelijk?

“Was dat maar waar... Als wij in de week na een cursus meteen stijgende verkoopcijfers zouden kunnen constateren, dan mag Horti-Expert wat mij betreft elke veertien dagen een training organiseren. Maar zo werkt het natuurlijk niet.”

Hoe dan wel?

“Wij zien na een training dat onze verkopers toch net weer even anders omgaan met de klanten. Een goed voorbeeld vormt de klant met wiens order vlak na de training een en ander misging. Met zijn klachten werd mijns inziens correct omgegaan. Ik merkte als manager Marketing & Verkoop gewoon dat het team extra moeite deed om de fouten te herstellen. Dat heeft duidelijk respect afgedwongen. Wij hebben die klant voor ons bedrijf kunnen behouden. Sterker nog, hij is beduidend meer van ons gaan afnemen. Dat is goud waard.”