

Samen werken aan groei!

“Ondernemen in een veranderende markt”

Fred van der Hoeven

19 november 2014

Agenda

- Marktontwikkelingen
- Visie
- Voorbeelden van samen werken aan groei
- Vragen



Jullie zijn top ondernemers!

Kracht van de Nederlandse land en tuinbouw:

- Hoge productie per hectare
- Cost leadership
- Groot assortiment en jaarrond beschikbaarheid

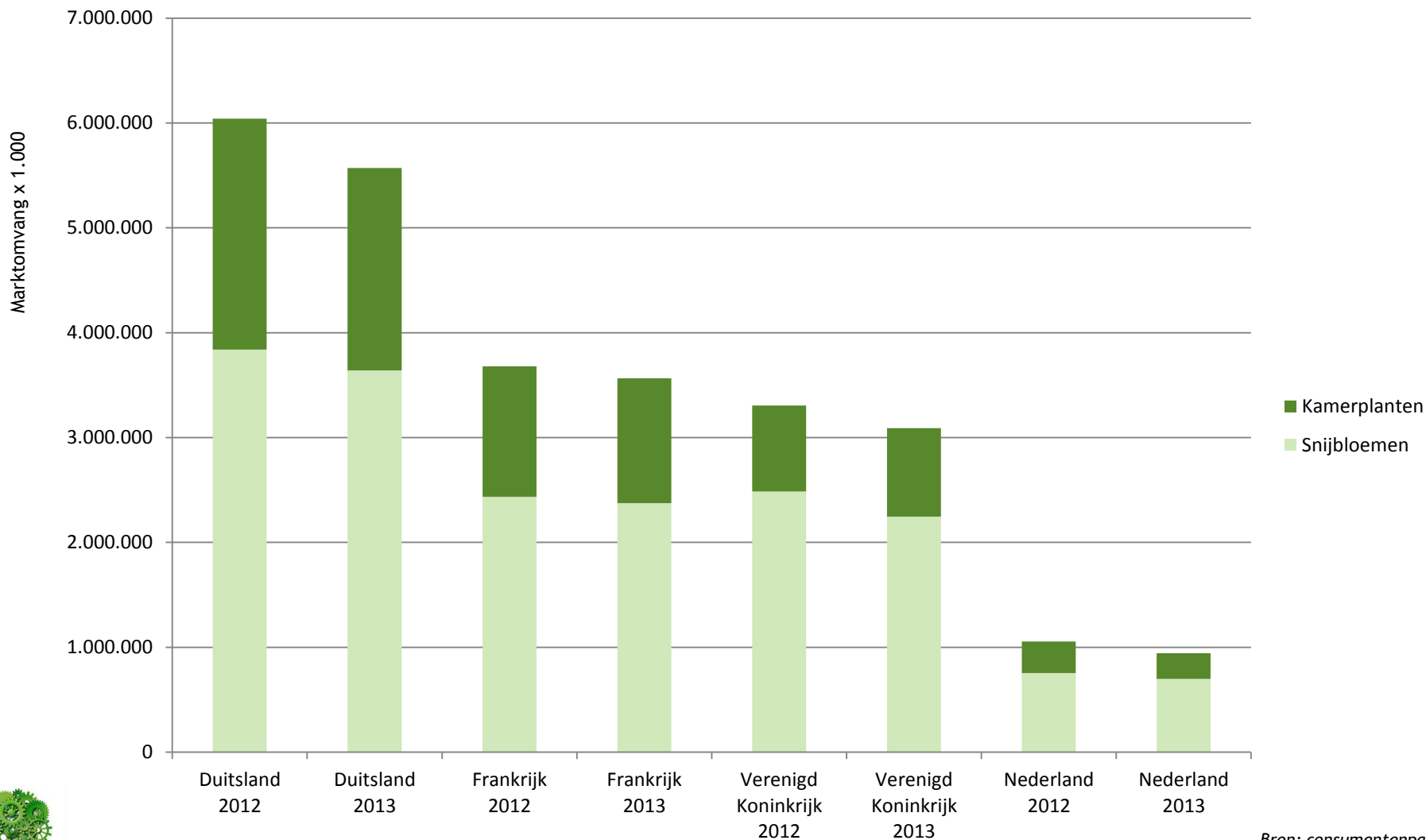
Bedreigingen:

- Consumenten besteden steeds minder geld aan bloemen en planten
- Dalende rendementen
- Weinig samenwerking en innovatie in de afzetketen
- Onvoldoende consumenten en marktkennis beschikbaar

Actualiteit 2014!

- Markt is gekrompen van 30 naar 29 miljard. (bron: PT en inschatting)
- Rendement staat onder druk in de hele keten.
- Aantal klanten (handel) en kwekers daalt
- Omzet Full Service Retail daalt = kans!
- Aantal bloemisten daalt = bedreiging

Marktomvang - bloemen en planten 2013

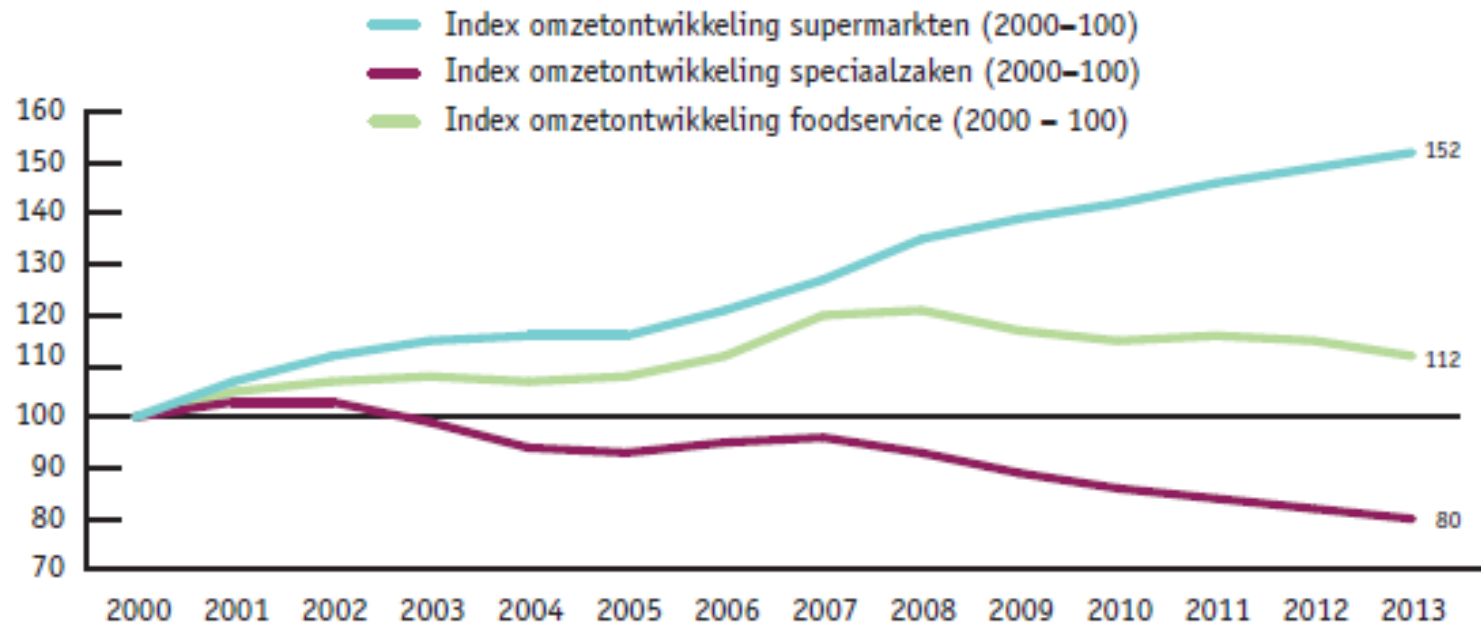


Bron: consumentenpanel



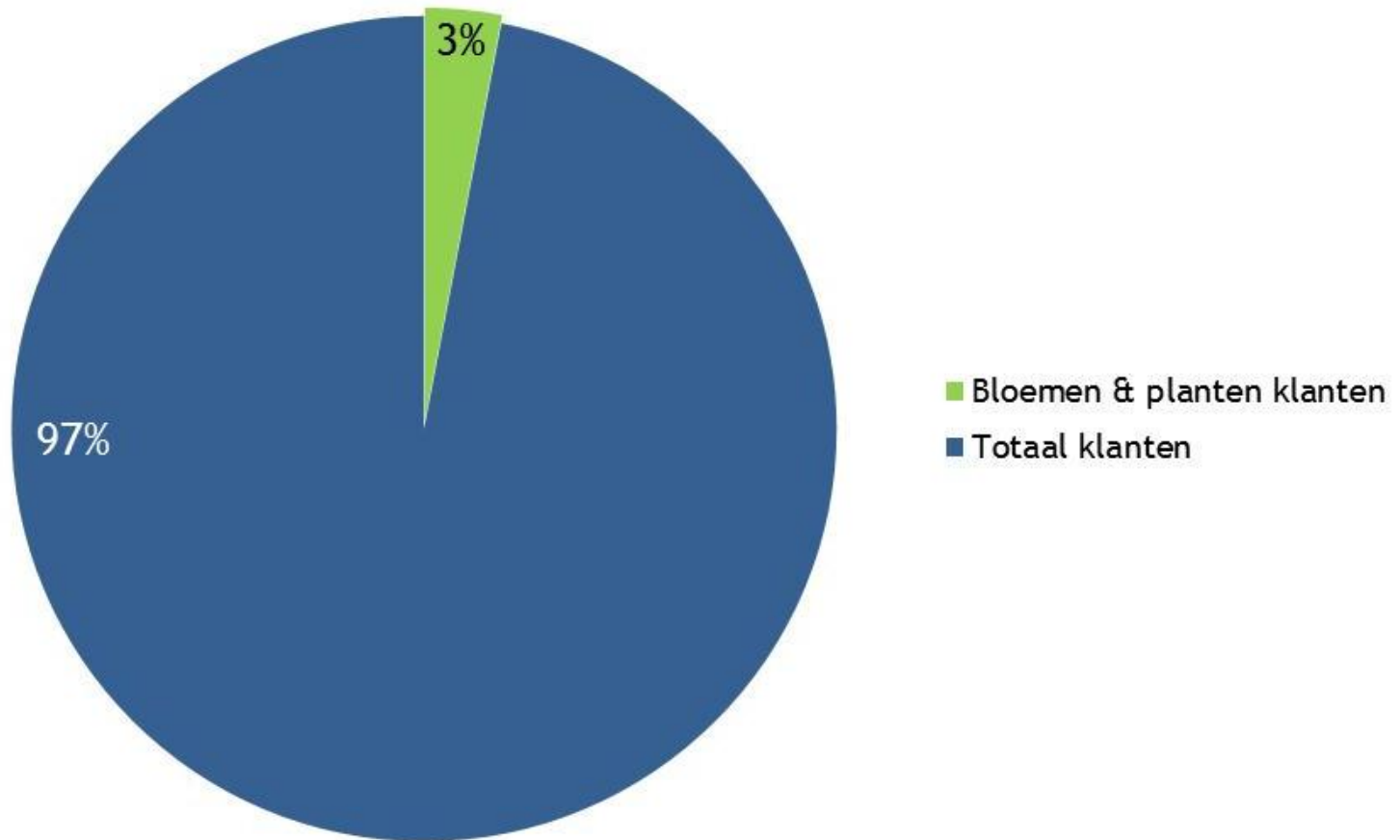
Trendlijn:

2.4 Zowel speciaalzaken als foodservice zagen in 2013 omzet afnemen



Bronnen: IRI, CBS, Foodstep-FSIN en EFMI Business School – 2014

De uitdaging - *meer klanten laten kopen*



Consumenteninzichten oktober 2014 (Nederland)

‘van individuele schakels naar een vruchtbare samenwerking’

Kansen:

- 1. Doelgroepmarketing (mannen, jongeren en 50+)*
- 2. Nieuwe rituelen*
- 3. Korte keten en echte versgarantie*
- 4. Nieuwe verdienmodellen en toepassingen*
- 5. Dynamic pricing*

(Bron: abn-amro/Chrysal en Dutch Flower Group)



Voorbeelden van samenwerking op productniveau

1. Premium Flowers:

- Vooraanstaande snijbloemenkwekers
- Promotie, marketing en communicatie gebundeld (beurzen)
- Samenwerking met exportbedrijven
- Rendementsverbetering door: kwaliteit, transport, verpakking, productinnovatie en informatie te optimaliseren

Beyond, Holsteijn Flowers, Ichtus, De landscheiding, Van der Lugt, Porta Nova, Special Orchids, Sonneveld.

Premium Flowers op FloraHolland Trade Fair



Nog een voorbeeld, Quality Flower Group





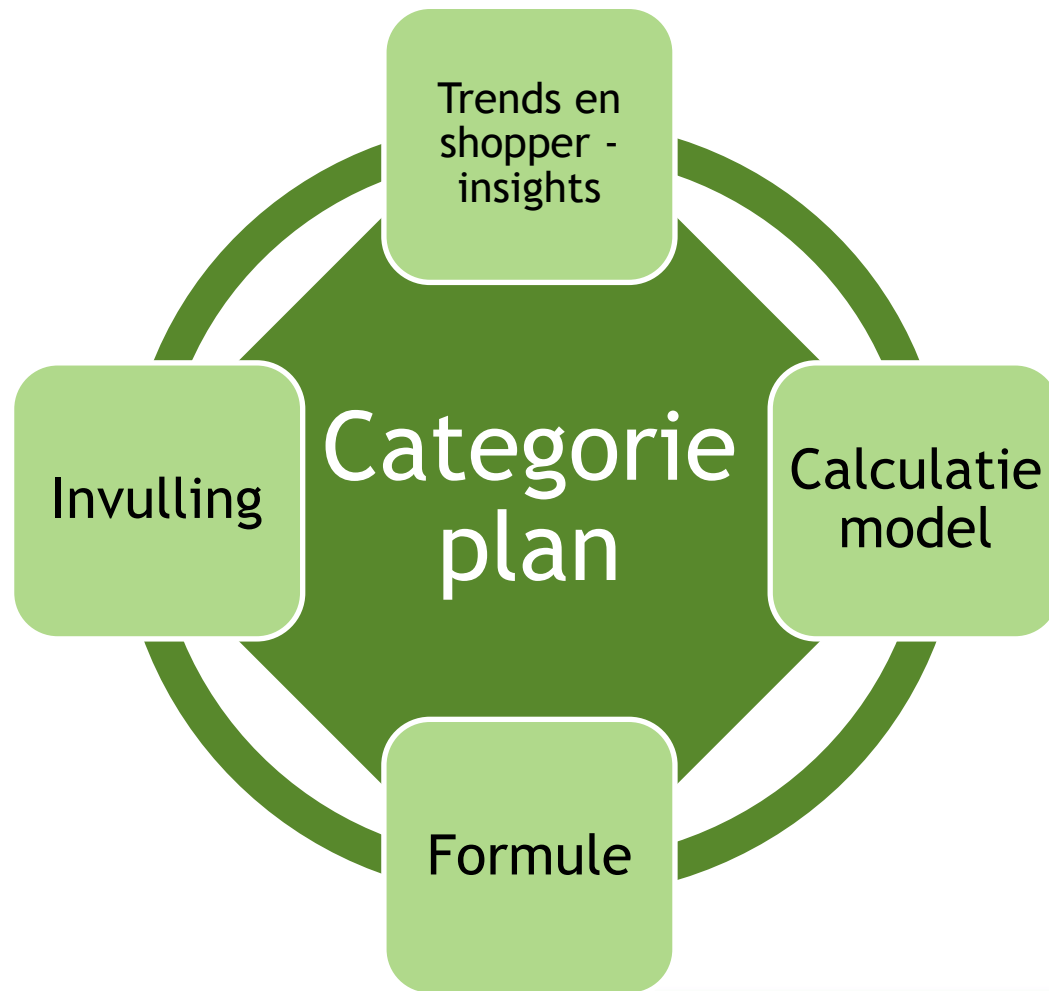
Creatie van toegevoegde waarde, rendement en onderscheidend vermogen



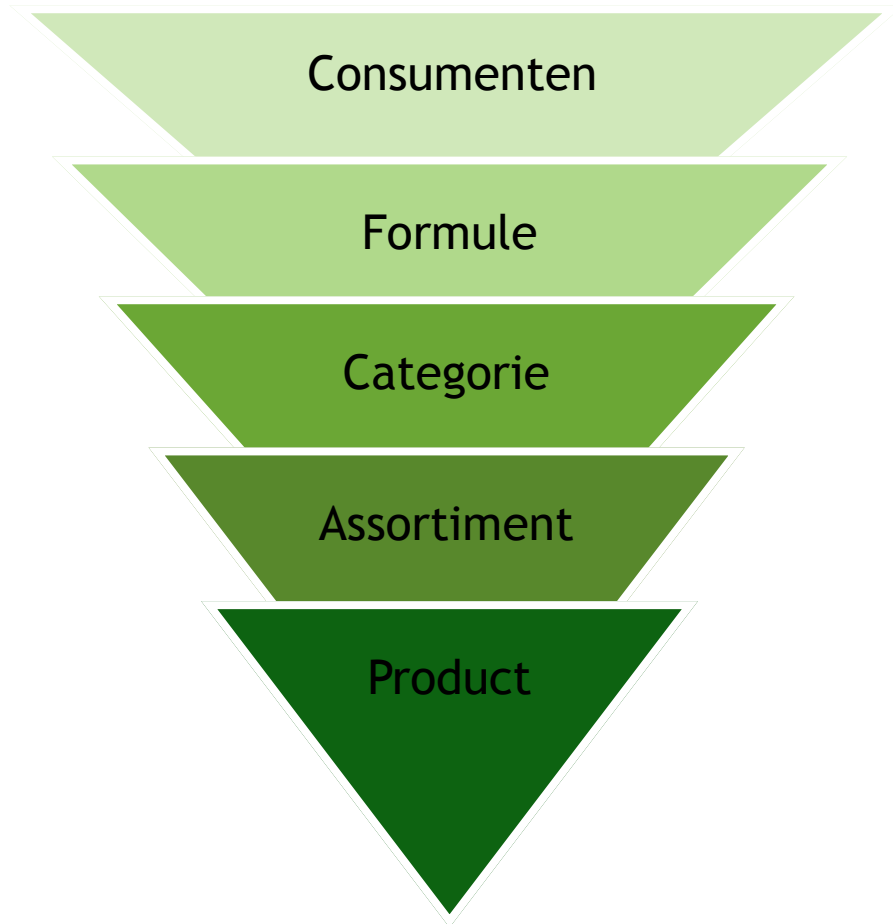
gebaseerd op een ‘consument gedreven aanpak’

Wat moet je weten?

Hoe te komen tot waardecreatie, rendement en onderscheidend vermogen?



Aanpak



Hoe nu verder?

1. Verover samen het hart van de consument
2. Maak een keuze!
'handel drijven of partnership' en kies je partner
3. Zorg voor een uniek product of unieke eigenschappen
4. Breng kennis en kunde op peil
Marktkennis
Consumentenkennis
Kennis van Category Management



Concept Strategie FloraHolland

Missie:

Flowering the world together.

Planting seeds of Opportunity for our Members

Ambitie:

Betere marges voor onze leden en hun klanten

Meer consumenten die meer uitgeven

Vragen?

What?

Who?

When?

How?

Why?

