



Foto: Plant Collect

Professor Plantstein moet consument uit doolhof halen

Jochem Nieuwesteeg, eigenaar van tuincentrumleverancier Plant Collect, zegt zich al jaren te verbazen over wat hij bij tuincentra ziet. „Consumenten hebben weinig plantenkennis en in een tuincentrum verdwalen zij min of meer. Hierop hebben we iets bedacht: Professor Plantstein van Plantbeeb. Consumenten kunnen hem zowel in de winkel als online raadplegen over alles wat ze van planten willen weten.”

Ron Barendse
r.barendse@hortipoint.nl

„Mijn familie wordt inmiddels een beetje gek van me”, zegt Nieuwesteeg. „Ik ben al ruim een jaar bezig met de ontwikkeling van Professor Plantstein van Plantbeeb en thuis hoor ik af en toe: daar heb je papa weer met z'n professor.”

Vanaf half december komt Nieuwesteeg naar buiten met zijn idee en hoeft hij het er niet meer alleen achter de schermen en aan de keukentafel over te hebben. „Consumenten hebben veel vragen als ze in een tuincentrum lopen. Voor hen is een tuincentrum een doolhof van planten waarvan ze weinig verstand hebben. Ik wilde daar iets op verzinnen.”

Het antwoord van Nieuwesteeg op deze uitdaging is Professor Plantstein van Plantbeeb. Deze professor gaat con-

sumenten zowel in de winkel als online helpen.

Tuincentrumklanten kunnen de professor straks op verschillende manieren tegenkomen. Zo kent Professor Plantstein 19 specialisten, ieder met hun eigen Professor Plantstein-uitelrijk. Voorbeelden van specialisten zijn: 'Ik ben goed voor de biodiversiteit', 'Ik ben winterhard' en 'Ik ben makkelijk in onderhoud'.

Voor een aantal hardlopers, zoals in deze tijd van het jaar *Skimmia japonica*, wordt een bord gemaakt met hierop de vijf belangrijkste eigenschappen van de plant in de vorm van vijf Professor Plantstein-specialisten. Nieuwesteeg: „We gaan ervan uit dat een gemiddelde consument weinig verstand van planten

Jochem Nieuwesteeg: „Wat we hebben bedacht is voor tuincentra echt van toegevoegde waarde. Daarvan ben ik overtuigd.”

Hogere omzet voor tuincentra

heeft en we willen op voorhand op de winkelvloer antwoord geven op de meest gestelde vragen. En omdat 75% van de consumenten visueel is ingesteld, doen we dit op een visuele manier.”

Telefoon in broekzak houden

Volgens Nieuwesteeg zorgt de informatie bij de planten ervoor dat tuincentrum-medewerkers minder vragen hoeven te beantwoorden. Bovendien willen consumenten volgens hem bij voorkeur zichzelf kunnen helpen. „Consumenten stellen ook liever geen vragen en als ze dit doen, doen ze dat vaak via Google. We streven ernaar dat de informatie op de winkelvloer zó goed is dat een consument zo lang mogelijk zijn telefoon in z'n broekzak houdt en dat de informatie zorgt voor een eigentijdse aanvulling op de winkelveleving.”

Ondanks het streven om consumenten offline voldoende informatie mee te geven, wordt Professor Plantstein straks ook digitaal ondersteund. Van 48.000 planten, dit zijn alle planten met een VBN-code, komt vanaf februari een beschrijving en verzorgingstips online beschikbaar in een databank die luistert naar de naam Plantbeeb. Volgens Nieuwesteeg kunnen consumenten hier straks al hun vragen over planten stellen. Vragen die op drie niveau's worden beantwoordt: van de beginnende tuinier, de liefhebber tot de specialist. Overigens kunnen ook tuincentrummedewerkers Plantbeeb raadplegen. „Zo komen we ook tegemoet aan de afnemende plantenkennis bij verkopers in het tuincentrum.”

Via QR-code naar Plantbeeb

In het tuincentrum kunnen consumenten straks van iedere plant met een Professor Plantstein-logo een QR-code scannen waardoor ze in de Plantbeeb komen. Ook op een vraag als: 'Welke plant staat goed bij mijn lavendel', moeten consumenten straks een antwoord krijgen. Nieuwesteeg: „Door de vragen die consumenten gaan stellen, zullen ze ons verder helpen. Het geeft ons inzicht in de onderwerpen of trends die zij belangrijk vinden.”

Maar waarom zou een consument hun

vraag niet gewoon googelen? Nieuwesteeg: „Nee, googelen levert consumenten wel veel informatie op, maar dan is het nog steeds zoeken naar datgene waar ze iets aan hebben.”

Volgens Nieuwesteeg gaat zijn initiatief zorgen voor meer omzet bij zijn klanten omdat het tegemoet komt aan de behoefte die consumenten hebben. Ook moet het concept zorgen voor een sterkere positie van Plant Collect bij haar bestaande klanten. „Ik ben geen politie-agent. Tuincentra die met het concept gaan werken, moeten vooral nog hun koopjes op de veilingklok kunnen kopen, maar ik verwacht van klanten wel een bepaald commitment.”

Tafelbanners, levensgrote Professor Einstein-poppen en QR-codes. Wordt het niet onrustig op de winkelvloer als overal

de professor opduikt? Nieuwesteeg: „Integendeel. Nu hebben veel leveranciers hun eigen banners, etiketten en promotiemateriaal. Bij tuincentra die kiezen voor ons nieuwe concept wordt dit juist veel uniformer en rustiger.”

Laiend enthousiast

Nieuwesteeg heeft tijdens de ontwikkeling van Professor Plantstein van Plantbeeb contact gehad met een aantal tuincentra die met hem hebben meegedacht. Ook heeft hij, nu het concept zo'n beetje af is, een rondje langs zijn klanten gemaakt. „Klanten zijn echt laaiend enthousiast. Het is mooi om te zien dat datgene dat ik heb bedacht zulke positieve reacties oplevert. Ik ben er echt van overtuigd dat dit voor klanten van toegevoegde waarde is.” <

Gilbert Geldof, directeur GroenRijk Middelburg

'Ik verwacht minder ratjetoe en meer omzet'

De directeur van tuincentrum GroenRijk Middelburg zegt vanaf komend voorjaar te gaan werken met Professor Plantstein van Plantbeeb. Hij heeft de afgelopen maanden met Plant Collect meegedacht over het concept en heeft daarbij zijn ervaring met de aanpassing van een van hun schappen ingebracht.

„We hadden een collega met veel verstand van meststoffen en gewasbescherming maar die verliet ons bedrijf. Voor consumenten was het schap onoverzichtelijk en daarom hebben we het schap aangepast met duidelijke categorieën zoals bijvoorbeeld 'slakken' en 'mieren'. En wat bleek? Deze duidelijke indeling was succesvol; met minder kennis op de vloer realiseerden we toch meer omzet. Met groen hebben we een beetje hetzelfde euvel. We hebben wel specialisten, maar die kunnen op drukke tijden niet iedereen helpen.”

Vanaf komend voorjaar schakelt GroenRijk Middelburg voor de concepttafels van tuinplanten en de productgroep kamerplanten over op het nieuwe concept van Plant Collect. „Ik vind de uitstraling leuk, het is grappig en triggert consumenten. En ik geloof er ook in dat je een product kunt 'opblazen'. Dus door bijvoorbeeld een *Skimmia japonica* uit te lichten en de vijf sterke punten van de plant

te benoemen. Ook krijgt iedere plant z'n eigen QR-code die leidt naar meer informatie over de plant. Informatie die de klant kan opslaan in z'n eigen digitale omgeving en dat is weer handig als hij later wil nakijken wat hij in het tuincentrum heeft gekocht. Etiketten worden namelijk vaak weggegooid.”

Meer uniformiteit op winkelvloer

Geldof verwacht dat het concept zorgt voor meer uniformiteit op de winkelvloer. „De concepttafels van bijvoorbeeld fruit, siergras en klimplanten, hebben normaal gesproken hun eigen banners, maar krijgen straks allemaal dezelfde Professor Plantstein-banner. Qua uitstraling wordt het minder een ratjetoe.”

Uiteindelijk zal het concept ook zorgen voor meer omzet, verwacht Geldof: „Klanten hebben keuzestress en die kunnen we met dit nieuwe concept terugbrengen. Een klant die makkelijker kiest geeft meer uit.”

Over mogelijke nadelen zegt Geldof: „Tuincentra zullen altijd vrije handel hebben die ze ergens anders dan bij Plant Collect inkopen. Die planten hebben voornamelijk nog geen QR-code, maar Plant Collect kijkt naar mogelijkheden dat we vanaf komend voorjaar ook onze vrije handel zelf van een QR-code kunnen voorzien.”