

PROFESSOR PLANTSTEIN EEN JAAR LATER

TERUGBLIK & UPDATE VANAF 2025

Een jaar geleden lanceerde Plant Collect het concept van professor Plantstein met Plantbeeb. Jochem Nieuwesteeg kijkt terug op een positief jaar, maar blijft kritisch om te kunnen blijven ontwikkelen. 'De reacties zijn goed, maar het kan altijd nog beter en eenvoudiger.' Dus kan de tuincentrumbezoeker vanaf 2025 voor beknopte plantinformatie niet alleen kijken naar het POS in het tuincentrum of de QR-code op de pot scannen, maar kan hij óók gebruikmaken van fotoherkenning. Wie een foto van een plant maakt of een QR-code scant met de Plantbeeb-app, krijgt info en verzorgingstips van professor Plantstein te zien. En de tuincentra, die krijgen de data van de bezoekers teruggekoppeld.

tekst MICHELLE VAN DER HARST

Het afgelopen jaar werd het concept volop uitgerold naar vele winkelvloeren en kon je niet meer om professor Plantstein heen. Hij informeert consumenten op visuele wijze over de planten middels banners en overig POS bij bepaalde planten (*groepen*), middels het uitbeelden van de belangrijke kenmerken, zoals dat een plant makkelijk in onderhoud of groenblijvend is.

Uitgebreidere informatie is verkrijgbaar via de Plantbeeb-app wanneer consumenten de QR-code op een plant scannen met hun telefoon. Het concept bleek een succes: ruim 60% van de klanten van Plant Collect werkt inmiddels met het concept en al deze tuincentra gaan ermee door. Toch was het tijd voor een update van de app, om het voor de klant en het tuincentrum zo eenvoudig mogelijk te maken. 'Vooral omdat we zagen dat bij sommige tuincentra de printers voor de QR-stickers ongebruikt bleven staan', aldus Nieuwesteeg. Daarom is het vanaf 2025 óók mogelijk om planten te herkennen middels een foto – of ze nu door Plant Collect of een collega zijn geleverd.

DE PLANTBEEB-APP

Klanten die hun geolocatie delen in de app, (*her*)activeren deze vanzelf bij een bezoek aan het tuincentrum. Wie z'n locatie niet wil delen, kan de tuincentrum-specifieke QR-code scannen die op de nieuwe banners en overig POS staat. De app kan op deze manier alleen bij de aangesloten Plantbeeb-tuincentra gebruikt worden. Vervolgens kunnen ze een foto maken van een plant. 'Na het ontgrendelen van de app kun je deze een bepaalde periode gebruiken. Het aantal scans buiten de winkelvloer wordt beperkt, om de klantenbinding met de activatie-QR voor de tuincentra te versterken.' Maar de planten die gescand worden, komen op je verlanglijstje en/of in je persoonlijke bibliotheek te staan. Zo is de app ook waardevol voor thuisgebruik, met behoud van de overige functies.

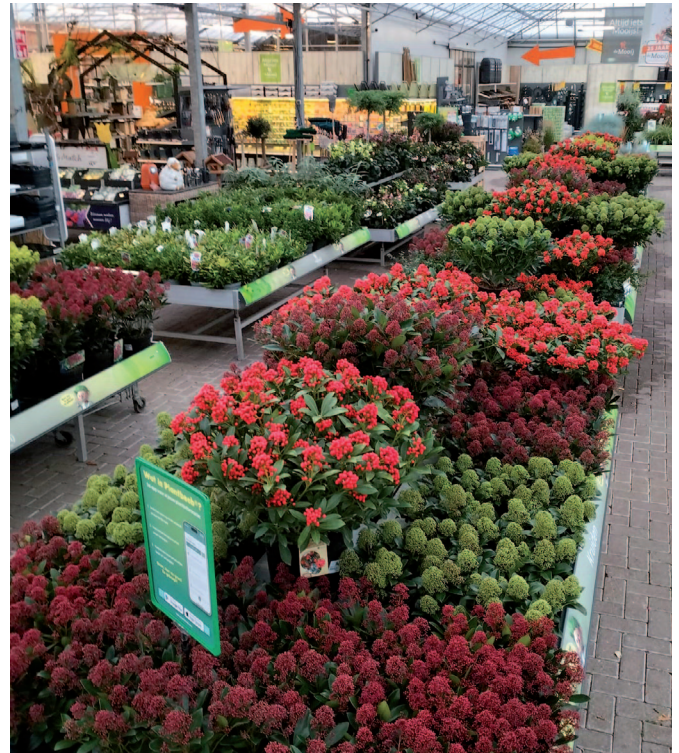
Het marktonderzoek dat Plant Collect heeft uitgevoerd, toont aan dat de app en de bijbehorende functionaliteiten goed aansluiten bij de wensen van de consument. Op de vraag 'Zou u de Plantbeeb-app downloaden en deze dan ook gebruiken in het tuincentrum?' antwoordde namelijk 63% 'Ja, zeker' en op de vraag 'Zou u de app thuis ook gebruiken om

informatie op te vragen?' gaf maar liefst 86% datzelfde antwoord.

QR-CODE EN FOTOHERKENNING

Ook na de update blijven de QR-stickers waardevol, omdat ze een laagdrempelig gebruik van Plantbeeb faciliteren. Om de QR-code te scannen, hoeven gebruikers de app namelijk niet te downloaden, maar gebruiken ze gewoon hun telefoon. Een QR-code heeft geen uitleg nodig voor de consument, omdat deze volledig is ingeburgerd. Tuincentra blijven ook betalen per sticker. 'De prijzen blijven hetzelfde, ondanks dat vrijwel het gehele assortiment scanbaar wordt en ze meer data teruggekoppeld krijgen. Voor de kosten die tuincentra nu betalen, zouden ze dit zelf nooit kunnen realiseren.'

De app herkent momenteel tot 80% van de planten, maar dankzij self-learning worden er snelle stappen gezet. 'Anders dan bestaande plantherkenningapps is die van Plantbeeb gratis voor de consument. De informatie die de consument echt wil weten, presenteert Plantbeeb op een heel eenvoudige, strakke manier.'



WAARDEVOLLE GEBRUIKERSDATA EN DE PROFESSOR

Buiten het totaalassortiment dat kan worden gescand, ontvangen tuincentra komend jaar dus ook makkelijker en extra gebruikersdata van de bezoekers van hun tuincentrum. Deze app-gegevens bieden waardevolle inzichten in klantgedrag en voorkeuren voor een verbeterde winkelervaring, en ondersteunen gerichte marketing. Over marketing gesproken: aangesloten tuincentra mogen het beeldmerk van professor Plantstein blijven gebruiken in hun eigen reclame- en communicatie-uitingen – dat is ook onderdeel van de stickerprijs.

Tuincentra zijn niet verplicht om alle POS-materiaal van de professor in de winkel te plaatsen, maar er is een eenvoudig basispakket beschikbaar om de mogelijkheden duidelijk te maken. Hij is nu wel minder prominent op de banners en overig POS gezet, want een uitgangspunt van de Plantbeeb-update is less is more. 'Toch neemt POS met een korte uitleg wel veel vragen weg. Door alleen al op eenvoudige en visuele wijze te communiceren dat een plant makkelijk in onderhoud is, verkoop je meer planten. Het merendeel van de mensen is nu eenmaal visueel ingesteld en waardeert en begrijpt afbeeldingen meer en sneller.'

ERVARINGEN TOT NOG TOE

Nieuwsteeg merkt dat er grote verschillen zitten tussen enerzijds de tuincentra die enthousiast professor Plantstein in de marketing

gebruiken, stickers printen en het verhaal duidelijk communiceren naar de consument, en anderzijds de tuincentra die bijvoorbeeld wel een printer aanschaffen maar deze vervolgens in de hoek laten staan en de consument niet informeren over het gebruiksgemak van de app. Ik verwacht dat door deze update het gebruik van de app toeneemt.'

Tuincentrum De Mooij draait in elk geval fanatiek zelf QR-stickers om alle planten – ook die niet van Plant Collect komen – daarvan te voorzien. Henk-Jan de Mooij: 'We hebben Plantbeeb door de hele winkel groots aangepakt en tafels en banners geplaatst, een buitendoek laten maken en geflyerd. Plantbeeb staat op onze website en krijgt aandacht op onze sociale media. De reacties van klanten zijn goed, hoewel het scannen nog wat moeizaam loopt. Maar als je de consument uitlegt wat ze ermee kunnen, vinden ze het erg handig. Ik verwacht dan ook dat mensen na de update meer zullen scannen. Het concept werkt dus goed met de stickers en het zelf printen hiervan, maar het gemak wordt groter door plantherkenning toe te voegen.'

Gilbert Geldof van GroenRijk Middelburg vat het concept samen als een drietrapsraket. Eén: de consument kan de QR-code op de planten van Plant Collect scannen voor informatie, twee: er staan themaborden op de concepttafels om de keuze terug te brengen, en drie: er staan bij bepaalde plantengroepen banners en overig

POS met daarop afgebeeld de sterke punten van die planten.

'Dat laatste onderdeel deed het gelijk het eerste jaar heel goed. Het onderdeel 'keuze op de concepttafels' is moeilijk meetbaar, maar je ziet wel dat dat de meest verkochte producten zijn. Het scannen werkt goed, maar je ziet dat het nog moet groeien bij de consument. Daar wordt aan gewerkt: de duidelijke borden zullen klanten meer aan het scannen krijgen en straks kun je alle planten scannen. Dat is niet alleen handig voor de consument, maar ook heel bruikbaar voor de medewerkers. En die moeten er zelf ook meer achter gaan staan.'

Geldof weet dat er een aantal jaar nodig is om iets helemaal op poten te zetten. 'De kinderziekten moeten eruit, je moet er mensen bekend mee maken. Coca-Cola was ook niet meteen het eerste jaar een wereldmerk.'

NABIJE TOEKOMST

Komend jaar richt Plant Collect zich zowel op bestaande klanten die nog niet met Plantbeeb, werken als op het betreden van de internationale markt. Het concept biedt duidelijk toegevoegde waarde voor tuincentra en fungeert als extra service voor klantenservice en klantenbinding. Dankzij de update is het nu universeel inzetbaar. Tijdens onze voorjaarsbeurs, op 4 en 5 februari, wordt het vernieuwde Plantbeeb concept gepresenteerd. 🌱