

Buiten de kaders leren kijken in een informele sfeer

Wellant en DLV Plant organiseren in opdracht van Greenport Boskoop voor het tweede seizoen een aantal masterclasses voor medewerkers en managers in de boomkwekerij. Dit lesprogramma moet de sector op een hoger plan brengen. „Een blik over de schutting leert kwekers buiten de eigen kaders te kijken.“

Het koffiezetapparaat pruttelt en langzaam druppelen elf deelnemers aan de masterclass voor managers het Stiboskantoor in Hazerswoude binnen. Begroetingen klinken, iemand vraagt wie er afwezig zijn, Carla wil weten wat er vanavond gegeten wordt, en er is commentaar op de straffe koffie. Om half vier start Peet Stolwijk, cursusleider en docent bij het Wellantcollege in Gouda, met de derde en laatste bijeenkomst van de lesmodule over verkooptechnieken.

„Waar baseer je een verkoopverwachting op?“, werpt Stolwijk meteen als vraag de zaal in. „Arie?“ De kweker uit Reeuwijk vertelt dat als een product goed gelopen heeft, hij het jaar erop hetzelfde doet plus nog iets extra. „Loopt iets minder, dan planten we tien procent minder aan.“ Een redelijk passieve opstelling, oordeelt Stolwijk. „Voor de tuincenramarkt waar wij ons op richten, werkt het anders wel“, pareert Arie.

‘Een move maken’

„Maar kan het ook anders? Misschien wil je je ook wel eens op een andere afzetmarkt bewegen. Dat kan een drive zijn

om met je bedrijf een move te maken“, lokt Stolwijk uit. Jenny gaat erop in. Vier kwekers, waaronder salixkwekerij Bontekoe, werken sinds kort samen in een nieuwe verkooporganisatie: de Outdoor Growers Group, vertelt ze. Op de IPM in Essen promoten ze voor het eerst samen elkaars producten. „Het is de bedoeling dat met deze stap onze verkoopcijfers veranderen. Misschien dat het leidt tot groei van onze kwekerij, een hogere prijs of verandering van ons sortiment om beter aan te sluiten op de wensen van de klant. Natuurlijk, het vergt tijd en investeringen, maar het levert wel wat op, hopen we.“

Suggesties en oplossingen

Met het noemen van de Duitse beurs loopt de discussie verder en komen onderwerpen aan de orde als de presentatie van producten, het contact met klanten en de opbouw van een klantenbestand. Stolwijk stuurt de gesprekken in goede banen en verleidt de aanwezigen om te reageren. Kwekers vertellen over de eigen werkwijze, stellen vragen, collega's doen suggesties en zoeken oplossingen voor elkaar.

De informele sfeer waarin deelnemers van elkaar leren, is volgens Kees Pastoor van DLV Plant uniek voor de masterclass. „We willen dat ondernemers buiten de eigen kaders leren kijken en geven ze handvatten waar ze zelf mee verder kunnen.“ Hij verwijst naar een bijeenkomst waar de websites van alle deelnemers zijn bekeken.

Pastoor: „Daar komt dan feedback op van de cursusleider, maar ook van de andere kwekers. Ondernemers kunnen die tips thuis gebruiken om hun site te verbeteren.“

De achtergrond van de deelnemers aan de module Verkooptechnieken is heel gevarieerd. De jongste is negentien, de oudste loopt in de vijftig. De een runt een familiebedrijf, de ander leidt een bedrijf met tientallen medewerkers. Er zitten kwekers bij die hoofdzakelijk afzetten aan de Boskoopse daghandel en er zijn er die door heel Europa verkopen. „Juist die verscheidenheid maakt het interessant“, meent Pastoor. „We brengen mensen samen die elkaars verhalen kunnen aanvullen. Daar horen ook interessante sprekers bij. Die komen niet van dure onderwijsbureau's, maar hebben zelf bijvoorbeeld een toeleveringsbedrijf.“

Mooi verpakte honingtomaten

Een excursie naar een bedrijf is een vast onderdeel van het programma. De organisatoren zijn er niet bang voor om uitstapjes te maken naar ondernemers die juist niet in de bomenbusiness bezig zijn. Afgelopen december werd een bezoek gebracht aan aardbeienteler Jan van Genderen uit Bemmelen en aan Looije Tomaten in Naaldwijk. Pastoor: „Die tomatenkweker heeft gewone tomaten en speciale, maar ook dure honingtomaten, die mooi verpakt zijn en alleen verkocht worden aan groentespe-



Deelnemers aan de masterclass bezoeken ook bedrijven buiten de boomkwekerij. „Boomkwekers vinden een kijkje over de schutting heel interessant.“

ciaalzaken en de horeca. Boomkwekers vinden dat kijkje over de schutting heel interessant.“

In Hazerswoude krijgt de middagsessie na de gezamenlijke maaltijd 's avonds een vervolg met een presentatie over sociale media van agromarketeer Ernst Jan Bos. Hij vertelt enthousiast over de mogelijkheden van twitter. De potplantensector is volgens hem binnen de tuinbouw een voorloper in het gebruik van dit medium. En hoewel sommige kwekers in de zaal al wel twitteren, bewijzen de wat sceptische reacties op de presentatie van Bos dat die nieuwe manier van communiceren in de bomenbranche nog geen gemeengoed is. „Maar we moeten zeker nadenken over hoe we deze nieuwe ontwikkelingen kunnen benutten“, vindt een aantal deelnemers. Pastoor: „Het gaat er om de boomkwekerijsector naar een hoger plan te brengen. Een blik op de toekomst hoort daar bij.“ <

ERVARING

Ted Huybers, medewerker Verkoop bij Bart Faassen in Tegelen: ‘Er zijn te weinig cursussen op dit niveau voor kwekers’

„Ik hoopte een aantal tips te krijgen en die heb ik zeker gekregen. Zo bleek dat op onze website bezoekers veel moeten klikken voordat ze de pagina bereiken die ze willen zien. Dat punt heb ik voorgelegd in een intern overleg op het bedrijf. En aan de telefoon zou ik wat meer open vragen kunnen stellen, was het advies. Sommige mensen klappen totaal dicht als ze een telefoontje krijgen. Een open vraag helpt het gesprek dan weer op gang. De lesmodule Verkoop die ik volgde, kan ik zeker aanraden voor medewerkers van kleine bedrijven. Voor verkopers van hele grote bedrijven is het misschien wat minder geschikt.“

„Het is jammer dat in deze specifieke lesmodule geen bedrijfsbezoek is ingepland. Ik begrijp dat verkopers zich niet snel in de kaarten laten kijken. Toch zou ik nog wel eens van een in- of verkoper zelf willen horen welke technieken zij gebruiken. Je praat daar onderling nooit over.“

„Eigenlijk zou ik ieder jaar wel een dergelijke cursus willen volgen. Maar dat kan niet. Cursussen op dit niveau voor kwekers zijn er veel te weinig. De masterclass kwam via de mail voorbij en voor die lage prijs is het zeker de moeite waard om van Venlo naar Hazerswoude te rijden. Bovendien geeft het me de gelegenheid om een kijkje te nemen in het Boskoopse wereldje. En dat is ook interessant.“

SERVICE

Masterclasses

De masterclasses zijn onderdeel van de Kennis&Innovatie Impuls van Greenport Boskoop. Greenport Boskoop haalde in 2010 een Europese subsidie van € 1,1 miljoen binnen. Een deel van dat geld wordt gebruikt om de masterclasses te betalen. De organisatie en uitvoering van het lesprogramma is in handen van het Wellantcollege (Peet Stolwijk) en DLV Plant (Kees Pastoor).

Kijk voor inhoudelijke informatie over Masterclass Boomkwekerij 1 en 2, Masterclass Managers en Masterclass Bedrijfskunde 1 en 2 op www.kennisinnovatieimpuls.nl. Elke masterclass bestaat uit verschillende lesmodules die ook los te volgen zijn. Winter 2013-2014 is het derde en laatste seizoen dat de masterclasses worden gegeven.