



‘Hoveniers voegen de waarde toe binnen de keten; zij verdienen alle support en de meeste marge’

Tuinvisie ondersteunt de hovenier met totaalpakket en contact met de consument (in een van de inspiratietuinen)

Tuinvisie bestaat al sinds 1999 en is een bekende naam onder dealers en verwerkers, maar het bedrijf is volop in beweging. Dit jaar slaat Tuinvisie een vernieuwde weg in met de ambitie om dé bestemming te zijn voor zowel hoveniers als consumenten. Het bedrijf heeft een derde vestiging geopend in Eindhoven en de Tuinvisie-vestigingen Utrecht en Eindhoven openen vanaf eind maart officieel hun inspiratietuin voor hoveniers en consumenten. Vakblad De Hovenier bezoekt de duizend vierkante meter grote inspiratietuin in Utrecht.

Auteur: Karlijn Raats

De Tuinvisie-vestigingen in Eindhoven en Utrecht openen eind maart officieel hun inspiratietuinen met de kenmerkende Tuinvisie-uitstraling. In Enter showt Tuinvisie zijn producten bij een partnerbedrijf. De Tuinvisie-vestiging in Utrecht heeft ook in pandig een nieuwe uitstraling, waarbij het assortiment voor in de schappen, zoals onderhouds-/reinigingsmiddelen en gereedschappen, overzichtelijk en per productgroep is uitgesteld. ‘We willen onze klanten zo intuïtief mogelijk bedienen,’ verklaart vestigingsmanager Bas Tullemans als het vakblad arriveert. ‘Met de vernieuwde opstelling zien zij in een oogopslag wat Tuinvisie te bieden heeft.’

Activiteitenuitbreiding en voorgenomen groei

Niet alleen de uitstraling van de Tuinvisie-vestigingen is per dit jaar opgefrist. Het bedrijf

heeft er, naast zijn vestigingen in Enter en Utrecht, een locatie in Eindhoven bij gekregen. Judith van Kaathoven is als commercieel directeur samen met drie vestigingsmanagers verantwoordelijk voor de dagelijkse commerciële en operationele aansturing van de Tuinvisie-vestigingen. Met deze volumeuitbreiding en een hecht dealernetwerk door heel Nederland heeft Tuinvisie een landelijke dekking. De komende jaren staat nog meer activiteitenuitbreiding op de planning.

Tuinvisie wordt in dit proces de toekomst in geleid door Michel van Ruth, sinds 2021 algemeen directeur van Tuinvisie. Van Ruth startte in de doe-het-zelfbranche, was een poos retailondernemer en stroomde binnen de consumentenelektronica-branch (MediaMarkt) door vanuit in-/verkoopfuncties op managementniveau tot directie- en bestuursniveau. Hij

ACHTERGROND

licht een tip van de sluier op: 'In de toekomst willen we, voor de ultieme klantbeleving, het aantal vestigingen en het dealernetwerk verder laten groeien. Voor een stevige positionering is een verdere uitbreiding van het aantal vestigingen in combinatie met geselecteerde dealers in de toekomst niet onwaarschijnlijk.'

Alles verkrijgbaar op één plek

Ook wil Van Ruth Tuinvisie autonoom laten groeien door het klantaandeel te vergroten. 'Tuinvisie is meer dan sierbestrating. Natuurlijk onderscheiden we ons van andere groothandels doordat wij producent zijn en de keten van voor tot achter kennen. Maar bovenal zijn wij een one-stop-shop op het gebied van alle hardware voor de professionele tuinrichting. Hoveniers zijn meer dan ooit alleskunnens geworden, aangezien tuinen een verlengstuk van de woonkamer zijn geworden. Voor al die

disciplines kunnen zij bij ons terecht voor hun behoeften.'

'Klanten kunnen zowel online als telefonisch al hun bestellingen plaatsen. Tuinvisie hanteert een vergelijkingssysteem dat automatisch prijzen vergelijkt van meer dan tweehonderd leverancierswebsites, waardoor we een scherpe prijs verzekeren. Naast inkoopgemak, leveren we hoogwaardige producten vanuit een grote voorraad die we gegarandeerd binnen 48 uur leveren. Dit onderscheidende vermogen mogen we meer uitdragen; we zijn tot nu toe te bescheiden geweest.'

Een mediacampagne, waar het content-partnership met Vakblad de Hovenier en een landelijke radiocommercial deel van uitmaken, moet niet alleen meer klanten trekken, maar klanten ook meer laten afnemen. 'De consument weet tegenwoordig heel goed wat de mogelijkheden zijn. Zij doen onder meer online volop



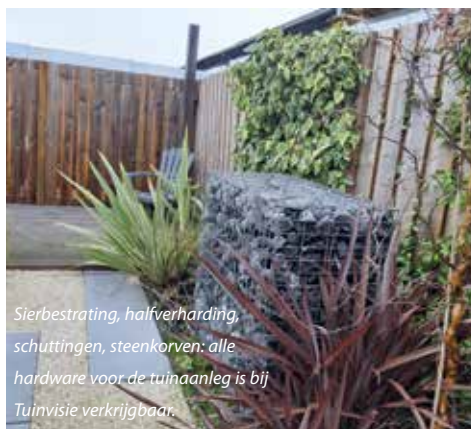
Vestiging Enter

Thijs Timmer is vestigingsmanager bij de Tuinvisie-

vestiging in Enter, waar het distributiecentrum zich bevindt. De Tuinvisie-producten zijn te bezichtigen bij dealers in de nabije omgeving. Na bijna vijf jaar werkervaring bij Tuinvisie kent Timmer de klantengroep goed. 'Hoveniers hebben stuk voor stuk hart voor hun vak, of zij zich nu specialiseren in gewone bestrating, sierbestrating, beplanting of andere disciplines die het vak zo veelzijdig maken. Het zijn praktische en vaak ook creatieve mensen die een beeld of een sfeer in hun hoofd tastbaar tot uitdrukking kunnen brengen met ruwe materialen. Ze zijn ook fysiek sterk, want veel van de materialen zijn zwaar.' Timmer, die vanuit zijn eerdere werk ervaring heeft met *lean*-implementatie, benadrukt hoe belangrijk hij het vindt dat zijn team aan het werk is voor de hoveniers, zodat zij kunnen doen waar ze goed in zijn: tuinen aanleggen. 'Tuinvisie vindt dat hoveniers te bescheiden zijn en dat zij meer mogen verdienen. Want als je uitzoemt en een helikopterview neemt over de keten, zie je dat hoveniers degenen zijn die de extra waarde aan de keten toevoegen. Het zijn de hoveniers die alle ruwe materialen samenbrengen tot een geheel en een beleving voor de eindklant. Daarom ondersteunen we hoveniers met ons totaalpakketassortiment en met *dropshipping* binnen 48 uur bij de eindklant, zodat zij direct aan de slag kunnen. Hiermee wil Tuinvisie bereiken dat hoveniers zo veel mogelijk facturable uren kunnen maken, want dat is hun verdienmodel.' Het is uniek te noemen dat Tuinvisie zowel groothandelaar als producent is. Dat is te merken op de vestiging in Enter, die ook productielocatie is. Timmer: 'Wij leveren op de werklocatie, maar er zijn ook altijd hoveniers die in onze winkel rondlopen of materialen komen afhalen. Zij voelen letterlijk het trillen van de steppers, zien de producten de droogkamers uit komen en zien deze op het terrein geplaatst worden om afgehaald te kunnen worden. Dat is een beleving op zich, om te ervaren hoe het is om bij de producent te kopen. Dichter bij de bron komen ze niet!'



Tuinvisie verkoopt ook kunstgras



Sierbestrating, halfverharding, schuttingen, steenkorven: alle hardware voor de tuinaanleg is bij Tuinvisie verkrijgbaar.



Links: Bas Tullemaans, rechts: Michel van Ruth

research, vaak echter naar producten en materialen van verschillende leveranciers. Het is net zo belangrijk dat niet alleen de hovenier, maar ook de consument weet dat bij Tuinvisie alles, behalve levend plantmateriaal, te verkrijgen is voor de tuinrichting.'

Samenbrengen van hovenier en consument

Tuinvisie positioneert zich uitdrukkelijk als inspirator voor de consument. Ook streeft het bedrijf naar het samenbrengen van hoveniers en eindgebruikers, als belangrijke pijler van de brede klantbediening.

'Hoveniers zijn overdag hard aan het werk in de tuin. Zij hebben vaak niet de tijd om aan de voorkant aandachtig te selecteren op een goede match met eindgebruikers. Daar helpen wij graag bij,' zegt Van Ruth. 'Bovendien nemen zij de belangrijkste plek in binnen de keten: zonder hen is er geen keten. Zij verdienen het dat wij hen zo veel mogelijk in hun werk ondersteunen met inkoopgemak en hulp bij het genereren van klanten.'

Zowel Van Ruth als Tulleman geven aan dat het in de coronaperiode weliswaar loedruk is geweest voor hoveniers, maar dat zij de wachttijden weer zien teruglopen. 'De hoeveelheid aanvragen stabiliseert zich en de concurrentie trekt weer aan. Het is hierdoor een meerwaarde voor hoveniers dat Tuinvisie hen in contact brengt met eindgebruikers.'

De inspiratietuin

Het leiden van eindgebruikers via Tuinvisie naar hoveniers gebeurt via de geoptimaliseerde vindbaarheid van de Tuinvisie-website, waaraan een bestelportaal voor de professional is gekoppeld. Deze website verwijst consumenten door naar het Tuinvisie-dealernetwerk en naar de drie fysieke vestigingen. Hier kunnen consumenten een bezoek aan brengen, net zoals zij op kledinggebied kunnen winkelen bij een brandstore. De drie vestigingen hanteren een sterk persoonlijke klantbenadering, waarbij de inspiratietuinen een belangrijke ondersteuning vormen.

Tulleman: 'We gaan zowel met de hovenier als met de consument een gesprek aan tijdens een rondleiding door de inspiratietuin. Uit het gesprek met de consument kan blijken dat hij of zij op zoek is naar een hovenier of specifieke wensen heeft. Wij kunnen de consument vervolgens in contact brengen met een hovenier die bij ons bekend is en van wie wij denken dat er een goede match bestaat.' Wanneer de



Vestiging Utrecht

Vestigingsmanager Bas Tulleman stuurt, net zoals de

managers van de vestigingen in Enter en Eindhoven, de binnen- en buitendienstteams in Utrecht aan. De accountmanagers leggen contact met hoveniers en leggen klantbezoeken af; de binnendienstmedewerkers ontvangen particuliere klanten aan de balie en leiden ze rond door de inspiratietuin.

Met zijn achtergrond als teamleider in de retail weet Tulleman als geen ander hoe de klant ontvangen en ondersteund wil worden. Hij en zijn team kennen alle ruim tweehonderd klanten bij hun voornaam en spreken de taal van de hovenier. 'Onze klanten zijn praktisch ingesteld,' vertelt Tulleman. 'Ze houden niet van wollige verkoopverhalen en zijn *to the point*.

Tegelijkertijd zijn hoveniers meer dan ooit specialist in meerdere disciplines omdat tuinen dynamischer en klanten veeleisender zijn geworden, waardoor zij veel ballen hooghouden. Hun credo luidt: tijd is geld.'

Tulleman vervolgt: 'Klanten worden dan ook direct geholpen en ons team denkt enthousiast, maar zeer gericht, mee. Binnen ons nazorgtraject bellen we de klant na met de vraag of de producten en hun verwerking naar wens zijn. Kortom, als Tuinvisie-team doen we er alles aan om de klant een complete en inspirerende Tuinvisie-ervaring mee te geven.

hovenier een Tuinvisie-inspiratietuin bezoekt met de klant, kan deze ook zijn expertise laten blijken. 'Een eindgebruiker verwacht ook van de hovenier dat deze hem of haar ideeën laat opdoen,' verklaart Van Ruth. Tulleman knikt: 'In de inspiratietuin ziet de eindgebruiker welke combinaties er allemaal mogelijk zijn. Zij vinden het prettig om geholpen te worden bij het visualiseren van verschillende eindbeelden.' Van Ruth beaamt dat: 'Een tuin aanleggen betekent voor consumenten in het midden- en hoge segment een langer traject waarin zij zich oriënteren op wat er te krijgen is. Een uitstapje met hun hovenier naar een van onze inspiratietuinen vormt dan een meerwaarde.'

Workshops

Dit jaar start Tuinvisie met inspiratiedagen voor consumenten, maar ook met speciale



Vestiging Eindhoven

De Tuinvisie-vestiging met winkelruimte in Eindhoven is nieuw, inclusief de inspiratie-

tuin. Vestigingsleider Tom Magielse heeft een achtergrond in de steenhandel en heeft van daaruit veel affiniteit met de hoveniersbranche. 'We weten wat hoveniers willen en kunnen daar snel in voorzien. De branche is enorm interessant: hoveniers werken in verschillende segmenten, de werkzaamheden zijn uiteenlopend en de wensen van de eindklant zijn persoonlijk. Daarom zijn de tuinen binnen de inspiratietuin in Eindhoven ingedeeld op basis van vijf thema's: chic, wild, landelijk, balans en puur. Van elke thematuin bestaan twee varianten voor ieder type budget. Bovendien gaan alle Tuinvisie-vestigingen kennissessies organiseren, bijvoorbeeld over kunstgras, verlichting of bepaalde gebruiksartikelen zoals voeg- of onderhoudsmaterialen. Hiervoor kunnen hoveniers zich opgeven. Onder meer aan de hand van de inschrijvingsdata kunnen we particuliere klanten gericht informeren over welke hoveniers zijn gespecialiseerd op bepaalde gebieden.' Magielse verwoordt Tuinvisies hoofdspeerpunt kort maar krachtig: 'Een hoog serviceniveau door te doen wat je belooft.' Hiermee streeft Magielse ernaar om over een paar jaar het klantenaantal van de andere twee Tuinvisie-vestigingen te evenaren.

avonden om professionals te begeleiden bij het innoveren. Een voorbeeld: de architect van de inspiratietuinen, Martijn Koetsier, zal een workshop geven over hoe hij tegen tuinen aankijkt. Maar ook zal er een workshop plaatsvinden over het aanleggen van verlichting. Van Ruth: 'Een hovenier weet al heel veel, maar belangrijk is dat hij zijn kennis goed op peil houdt omdat de consument zich ook steeds verder ontwikkelt.' Hij concludeert: 'Met zowel ons totaalpakket van hoogwaardige producten, ons consumentencontact en onze kennis ontzorgen wij de hovenier zo breed mogelijk.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!