



Tuinvisie heeft oog voor de hovenier

‘Wij verbinden hovenier en consument’

Tuinvisie, leverancier van zo'n beetje alles voor de tuin, behalve planten, opende recentelijk een nieuwe inspiratietuin in Son, bij Eindhoven. Dit is de derde showtuinlocatie, naast de bestaande inspiratietuinen van Tuinvisie in Enter en Utrecht. Tuinvisie heeft eigen productielocaties voor de productie van bestratingsmaterialen en andere tuinproducten. 'Wie bij ons bestratingmaterialen koopt, haalt ze veelal direct bij de bron.'

Auteur: Heidi Peters

‘Welke tuin ben jij?’ Zo begint de radiocommercial van Tuinvisie die zich richt op de consument, die in deze commercial gewezen wordt op de volledig vernieuwde website van Tuinvisie. Op de nieuwe website vindt de bezoeker onder meer een tuininspiratietest. Na het beantwoorden van enkele vragen over voorkeuren voor bestrating, wat je belangrijk vindt in je tuin, hoe je je tuinseizoen in de lente opstart (tegels schoonmaken, plantjes halen of de bbq starten), toont de site het resultaat: een pure tuin, een wilde tuin of juist iets heel anders. Het advies wordt vergezeld van een uitleg over wat kenmerken zijn van het passende type tuin en enkele sfeerbeelden. Alles dus ter inspiratie van de bezoeker, die zowel op de site als in de inspiratietuinen voorbeelden kan zien van een dergelijke tuin.

Kopen bij de bron

We vragen het Willem Morssinkhof, marketeer bij Tuinvisie: ‘Wij richten ons in de communicatie op zowel de particulier als op de hovenier. Mensen die onze website en een van onze inspiratietuinen bezoeken, soms samen met hun hovenier, kunnen zo zelf zien wat er allemaal mogelijk is en vervolgens de hovenier opdracht geven dit te realiseren. Daarmee zijn wij de verbinding tussen consument en hove-

nier. We maken een afspraak met consument en hovenier om de showtuinen te bezoeken en vervolgens faciliteren wij hen met een ruimte waar hovenier en klant een tuinontwerp kunnen uitwerken. De hovenier kan direct de materialen en diverse kleuren van bestrating, hout of andere producten aan zijn klant laten zien. ‘De hovenier koopt vervolgens bij ons zijn materialen en koopt daarmee bij de bron. Dat is een van onze USP's. Wij zorgen er vervolgens voor dat de materialen binnen maximaal 48 uur worden geleverd, rechtstreeks van onze productielocaties in Hengelo, Malden, Hardenberg, Son en Enter. Overigens kunnen hoveniers bij ons ook direct gereedschappen en tuinmateriaal afnemen bij een van onze drie Tuinvisie-vestigingen.’

Succesvolle nieuwe winkel

Al is de vestiging in het Brabantse Eindhoven pas twee maanden open, Tuinvisie durft al te spreken van een groot succes. ‘Een week of twee na de opening hebben we een leveranciersdag gehouden en onze toeleverars meegenomen in de nieuwe winkel en de inspiratietuinen. De reacties van onze leveranciers zijn erg positief. Wij waren in de regio nog niet zo bekend bij de hovenier. Inmiddels weten veel hoveniers én particulieren ons in Eindhoven



Overzetstukken van cortenstaal

overzetstukken van cortenstaal die je over een bestaande borderafscheiding plaatst. Dat betekent dat dezelfde border een nieuwe look krijgt, op een eenvoudige manier. We zien ook steeds meer vraag naar staptegels in plaats van volledig dicht bestraatte tuinen.'

Inspiratie is populair

Tuinvisie merkt dat de radioreclame doel treft. Het aantal bezoekers van de website groeit, waarvan steeds meer mensen ook de tuininspiratietest doorlopen. De wilde, pure, landelijke, chique en balanstuinen zijn niet alleen online, maar ook in onder meer Eindhoven en Utrecht te bekijken. Met tien tuinen in Eindhoven en maar liefst twintig showtuinen in Utrecht krijgen consument en hovenier veel inspiratie voor hun eigen gewenste tuin.

'Op Tuinvisie.nl bieden we al veel inspiratie zodat, wanneer de consument ons bezoekt, er al een ideerichting is. Tijdens het bezoek kan er ruimschoots gekeken worden naar het grote assortiment en kunnen de Tuinvisie-experts helpen met een plan of offerte.'



Veel komt uit de eigen productielocaties

Uitnodiging

'Wij bedienen met onze productrange een bredere groep dan alleen de hoveniers, maar er ligt wel een sterke focus op deze groep.' Zo organiseert Tuinvisie komend najaar workshops voor de tuinprofessional, waartoe ook een bezoek aan de productielocaties behoort. Morssinkhof: 'Deelnemers krijgen zo een vollediger beeld van wat wij maken en onze visie op onze producten. Later deze zomer worden de data en overige workshops bekendgemaakt en is het mogelijk in te schrijven voor de workshops.'

tuinvisie
Voor elk groen hart

www.tuinvisie.nl

goed te vinden. De producten van Tuinvisie worden middels presentatieborden ook gepromoot bij dealers in het hele land. Zij gaan gelijk mee in alle campagnes richting consument en hovenier. Wij geloven in sterke partnerships met onze geselecteerde dealers.'

Nieuwe huisstijl

In een half jaar tijd is Tuinvisie, onderdeel van Morssinkhof Groep, volledig ge-rebrand. Niet alleen de website is nieuw, ook elk presen-

tatierek, de winkels, kortom alles wat een logo draagt is vernieuwd. Dankzij de push & pull-marketingstrategie bereikt het bedrijf zowel hoveniers als consumenten. Hierbij houdt Tuinvisie de trends goed in de gaten en anticipeert daarop. 'Duurzaamheid is nog altijd een trend, net als water in de tuin,' ziet de marketeer. 'Wij leveren hier vanzelfsprekend producten voor. Denk aan afwateringsgoten en andere oplossingen voor hemelwater. Cortenstaal blijft ook nog steeds veelgevraagd. Wij leveren



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!