

Van Ooijen Tuinen is al jaren een vast afhaalpunt voor Directplant. Op de foto Anja van Ooijen.



Aty Vermeulen: 'Als mensen het spannend vinden om zelf online te bestellen, dan doen we dat ook voor hen.'

Directplant brengt webverkoop dichterbij de hovenier

Directplant brengt webverkoop dichterbij de hovenier

Online planten kopen wordt steeds populairder onder particulieren. Om die groeiende groep snel en servicegericht te bedienen, werkt online plantenleverancier Directplant met een netwerk van afhaalpunten bij tuincentra en kwekerijen. Met deze afhaalpunten brengt Directplant het beste van twee werelden samen: het gemak van online bestellen én de service van een vertrouwd groenadres. Dat blijkt een slimme zet, voor alle betrokkenen.

Auteur: Fleur Dil

'Het is een systeem waar iedereen van profiteert,' zegt Emanuel Hommes, eigenaar van Directplant. 'Wij kunnen onze klanten lokaal bedienen, de tuincentra krijgen extra aanloop en de klant heeft de service van een deskundig afhaalpunt.'

Gratis afhalen bij een deskundig punt

In tegenstelling tot bezorging aan huis, is afhalen bij een tuincentrum gratis. 'Aan kleine bestellingen zijn bezorgkosten verbonden,' legt Hommes uit. 'Met deze afhaalpunten bieden we klanten de mogelijkheid hun bestelling gratis af te halen ergens bij hen in de buurt. Alles is vooraf betaald en keurig per klant verpakt, dus het afhaalpunt heeft er nauwelijks werk aan.'

Voor tuincentra is dat aantrekkelijk. Ze hoeven geen bestellingen te verwerken of facturen te maken, maar profiteren wél van extra bezoekers. 'Het mooie is dat er letterlijk voetjes over de vloer komen,' zegt Hommes. 'En veel klanten nemen vaak nog iets extra's mee, een zak potgrond, een paar vaste planten. Die spontane

aankopen maken het interessant voor tuincentra.'

'We hebben er helemaal geen werk mee'

Dat herkent Herbert van den Herik van tuincentrum De Bruine Meren in Otterlo. Zijn bedrijf is al enkele jaren afhaalpunt en ziet vooral gemak én extra handel. 'Een bus van Directplant zet alles keurig neer, met bonnetjes erbij. Wij hoeven er niets voor te doen. En als klanten hun bestelling komen halen, lopen ze vaak nog even een rondje. Dan gaat er toch weer iets mee uit de winkel.' Ook financieel is het aantrekkelijk. 'We krijgen een kleine vergoeding per bestelling, plus korting op eigen aankopen bij Directplant. Dat is handig als wij een soort niet op voorraad hebben.' Een mooi concept, vindt Van den Herik. 'Directplant breidt zijn bereik uit via bestaande groene bedrijven; wij krijgen er klanten en service bij. Een win-winsituatie.'

Service als visitekaartje

Bij Van Ooijen Tuinen in Lichtenvoorde is het een mooie gelegenheid om hun handelsmerk



Anja van Ooijen met medevennoten Andries van Ooijen (rechts) en Bart van Ooijenonline te bestellen, dan doen we dat ook voor hen.



Emanuel Hommes van Directplant: 'Met deze afhaalpunten bieden we klanten de mogelijkheid hun bestelling gratis af te halen ergens bij hen in de buurt.'

te laten zien: persoonlijke aandacht en service. Anja van Ooijen: 'We vonden het vanaf het begin een mooie wisselwerking. Klanten die hun bestelling ophalen, komen hier soms voor het eerst. We leggen hun uit hoe het afhalen werkt en geven vaak ook nog advies. Als iemand bijvoorbeeld planten ophaalt, leggen we graag uit hoe ze die het beste kunnen aanplanten.'

Die persoonlijke aandacht past bij het familiebedrijf. 'Wij zijn vakmensen en liefhebbers,' zegt ze. 'Wij willen graag dat klanten persoonlijk geholpen worden, dus de pakketten staan bij ons op een aparte plek op ons terrein, zodat we ook even kunnen controleren of afhalers de juiste bestelling meenemen. We helpen ook met inladen als dat nodig is.'

Volgens Van Ooijen draait het niet alleen om omzet. 'Het brengt je bedrijf onder de aandacht bij tuinliefhebbers. En voor Directplant is het prettig dat hun klanten bij een betrouwbaar adres terechtkomen. Dat vertrouwen straalt af op beide partijen.'

'Je moet er wat van maken'

Die persoonlijke aandacht herkent ook Aty Vermeulen van tuincentrum 't Vingeling in Klundert. 'Tijdens corona konden de bestellingen ook buiten openingstijden afgehaald worden. Dat beviel goed, dus dat hebben we gehouden. Dit past beter bij ons "drukke" bestaan. Dat geldt ook voor de tuiniers onder ons die geen uitleg willen of vragen hebben.

En als mensen het spannend vinden om zelf online te bestellen, dan doen we dat ook voor hen.' Hoewel Vermeulen ziet dat meer mensen de weg naar het tuincentrum vinden, lopen niet alle klanten dat rondje door de winkel: 'Je moet ze wel een zetje geven door te vragen of ze nog iets nodig hebben. Heeft u voeding of potgrond nodig? Dat helpt wel; ze voelen zich daardoor gezien.'

Vermeulen ziet het concept vooral als een praktische aanvulling. 'Wij hebben niet alles in huis; het assortiment is simpelweg te breed. Dan laat ik klanten via de website van Directplant zien wat er is. Alles staat er duidelijk, met prijzen erbij, daar is niks geheimzinnigs aan. Zo kunnen wij klanten weer helpen met wat leverbaar is. En door ideeën te laten zien, kan er direct een bestelling geplaatst worden.'

Slimme samenwerking

Directplant kiest bewust voor partners die het concept begrijpen. 'We zoeken afhaalpunten die het echt als kans zien, niet als last,' zegt Hommes. 'Tuincentra die actief meedenken met klanten en zelf ook bestellen als ze iets niet in huis hebben, dat zijn de beste partners.'

Die mentaliteit vat volgens Van Ooijen de samenwerking goed samen. 'We zitten allemaal in het groen. Je kunt elkaar als concurrent zien, maar beter is het om elkaar te versterken. Dankzij Directplant komen hier mensen die ons anders nooit hadden gevonden en andersom helpen wij hun klanten verder.

Daar wordt zowel de sector als de consument beter van.' Directplant beschikt inmiddels over een breed netwerk, verspreid over het land. Maar: 'We zijn altijd op zoek naar nieuwe partners om ons netwerk uit te breiden,' aldus Hommes. 'Wie interesse heeft kan zich altijd bij ons aanmelden.'

Voor meer informatie kun je mailen naar Emanuel Hommes: emanuel@directplant.nl.



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!