

In deze nieuwsbrief komen importeur en exporteur aan het woord en vertellen zij hun ervaringen over “in-store marketing” in Oost-Europese groothandels.

## Markt geluiden:

Het aantal Oost-Europese groothandels dat “in-store marketing” gebruikt groeit nog steeds hard door. In 4 maanden tijd is het aantal aangesloten Cash and Carries al bijna verdubbeld. Daar waar Distance marketing is begonnen met 23 Cash and Carries, zijn er nu al 45 groothandels aangesloten. Het is een goed teken dat de aanvragen nog steeds blijven binnenkomen van bedrijven die “in-store marketing” willen toepassen. Bedrijven horen of zien van elkaar dat het werkt en willen het dan zelf ook hebben.

Lees hieronder de ervaringen van een Exporteur over dit marketing netwerk in Oost Europa.

## Exporteur: De Gooijer International uit Aalsmeer

Naam : Piet van Kampen

Functie: Commercieel directeur

Een kweker maakte ons attent op Distance Marketing en alhoewel het niet in geuren en kleuren uit de doeken gedaan werd, waren wij direct enthousiast.

Voor ons de aanleiding om Robbin te bellen en kort daarna gaf hij ons een presentatie over “in-shop marketing” in Oost Europa. Het concept sprak ons meteen aan en wij adviseerde om deze informatie ook voor West Europa beschikbaar te stellen.

Inmiddels hebben een aantal Oost Europese klanten een plasma bij de kassa opgehangen en de eerste reacties zijn positief. Klanten van onze klant waarderen, dat cultivars uit de anonimiteit gehaald worden en dat wat mooi is voor het voetlicht geplaatst wordt. Wachtend bij de kassa krijgen zij nu gratis informatie en inspiratie voor volgende opdrachten.

*“Aan de orders merken wij, dat de bloemisten door de presentatie getriggerd worden en bepaalde bloemen worden, anders dan voorheen, meer en meer op kwekersnaam besteld”*

Wat ons als handelaar van kwaliteitsbloemen met name aanspreekt is, dat er uitsluitend reclame gemaakt wordt voor de zich onderscheidende kwekerij, die garant staat voor een perfect product. Onze groothandelsklanten waren nooit zo gefocust op kwekersnaam. Zij vroegen vaak om het beste, maar koppelde daar vaak geen naam aan.

Langzamerhand krijgt de bloemist een gezicht achter het product, wordt het herkend en erkent. De basis van succes.

Van Robbin vernamen wij, dat er ook een West Europese versie in de pen zit. Volgens ons een juiste keuze, want ook in dit deel van Europa wordt informatie gewaardeerd en het was en is de kurk waar onze export op drijft.



Piet van Kampen

Commercial Director

De Gooijer International BV  
P.O. Box 1130  
1430BC Aalsmeer, Holland  
Prunus 22 (VBA Zuid)  
1424 LD De Kwakel, Holland

T +31(0)297-353510  
F +31(0)297-353552  
M +31(0)6-53917311  
E [pvkampen@DGI.NL](mailto:pvkampen@DGI.NL)

*Professionals with Passion!*

## Onderzoek bij een importeur uit het Russische achterland; Siberië:

### Verkopen nemen 19% toe door in-store marketing op de televisieschermen:

Dit is gebleken uit een steekproef bij een van de grootste importeurs uit Siberië. Deze importeur gebruikt nu sinds 3 maanden in-store marketing. Bij uitzondering hebben zij de procentuele veranderingen in de verkoopcijfers van de afgelopen 2 maanden gegeven. Het ging om cijfers van het leliesoort Universe die op kwekers-niveau is vergeleken met de verkoopcijfers van dezelfde periode vorig jaar.

Hieruit is gebleken dat de verkopen van het soort Universe 3% zijn toegenomen ten opzichte van vorig jaar. Florient Liliun B.V. die Universe op de schermen gepromoot heeft, heeft 19% meer Universe geleverd als vorig jaar. Ook gaven zij aan dat de inkoper rekening houdt met de presentatie die op de schermen draait.

Hoewel marketingactiviteiten altijd moeilijk meetbaar zijn, zijn dit soort uitkomsten van kassagegevens wel veelzeggend.

### Het nieuwe merk "Wonderfall Tulips" meteen bekend in Siberië:

Op het begin van het tulpen seizoen, stond het nieuwe kwaliteitsmerk Wonderfall Tulips op de schermen.

Russische verkoper: "Klanten vroegen al meteen veel om Wonderfall Tulips". De inkoop heeft hierop gereageerd. Vanaf toen stonden deze tulpen standaard in de Cash and Carry. Zij waren tevreden over de kwaliteit en het heeft goed verkocht.

Met deze nieuwsbrief sluit Distance marketing het jaar af. Dan wil ik u alleen nog jullie een hele fijne jaarwisseling wensen!!



Let's improve business **together**. Also in **2012!**

[distance-marketing.nl](http://distance-marketing.nl)



Robbin Meulemans

E-mail : [info@distance-marketing.nl](mailto:info@distance-marketing.nl)

Tel. : +31 6 42 53 44 67

Internet : [www.distance-marketing.nl](http://www.distance-marketing.nl)