

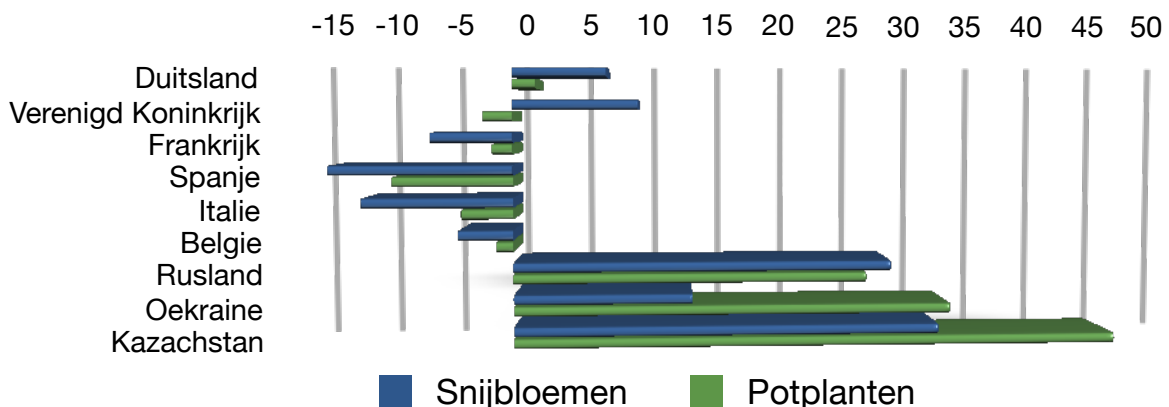
In deze nieuwsbrief komen de volgende onderwerpen aan bod:

- Oost-Europa blijft de motor in de Nederlandse exportgroei
- Valentijn is achter de rug, Internationale vrouwendag staat voor de deur.....
- Promotie op de winkelvloer blijft doorgroeien
- Inspelen op de naderende feestdagen in Oost-Europa
- Even voorstellen: nieuwe medewerkster, Talisa Groen

Oost-Europa blijft de motor in de Nederlandse Exportgroei:

Recentelijk zijn de exportcijfers over 2012 gepubliceerd. Hieruit bleek wederom dat Oost-Europa, maar vooral Rusland de motor is in de Nederlandse Exportgroei. Zuid-Europese markten krimpen, overige landen groeien nog enkele procenten of stabiliseren, maar Oost-Europa daarentegen laat nog explosieve groeicijfers zien. De bloemen- en plantenconsumptie is hier al enkele jaren in opmars en dit blijft nog steeds groeiende. Onderstaand diagram geeft een beeld van het groeipercentage van verschillende exportbestemmingen (Bron HBAG).

Groeipercentage over exportomzet in 2012 t.o.v. 2011



Valentijn is achter de rug en de Internationale vrouwendag staat voor de deur.....

Voor de Valentijn was in Oost-Europa ook een behoorlijke piek in de vraag te merken. Exporteurs geven aan dat Valentijnsdag ook steeds belangrijker wordt, er is beduidend meer handel gedaan dan andere jaren. Nu Valentijn achter de rug is zijn de Oost-Europese handelaren volop bezig met de beestachtige bestellingen voor de vrouwendag. Binnenkort zullen de eerste vrachtwagens met de vrouwendagorders naar Oost-Europa rijden, omdat ze het anders allemaal niet op tijd kunnen verschepen. De bestellingen voor de internationale vrouwendag zijn een veelvoud van die van Valentijn. Met vrouwendag geeft een man namelijk niet alleen een bloem of plant aan zijn geliefde, maar aan iedere vrouw die enigszins dicht bij hem in het leven staat.

(bijv. collega's, medewerksters, oppas, buurvrouw, moeder, klant, leverancier, oma etc).

Zo loopt de man zelden met 1 boeket/plant de winkel uit.

Distance Marketing zal met een groep kwekers in Rusland zijn om deze gekte rond vrouwendag te ervaren.

Verslag hiervan kunt u later o.a. in de bloemisterij teruglezen.



Promotie op de winkelvloer blijft doorgroeien

Nog steeds melden zich regelmatig nieuwe groothandels bij Distance Marketing met de vraag of zij ook gebruik kunnen maken van een informatiescherm van de Nederlandse producten in hun groothandel. Hierdoor blijft het netwerk met deelnemende groothandelaren zich nog steeds uitbreiden, en hierdoor bereikt uw boodschap op de televisieschermen dus ook een steeds groter publiek.



Inspelen op de naderende feestdagen in Oost-Europa:

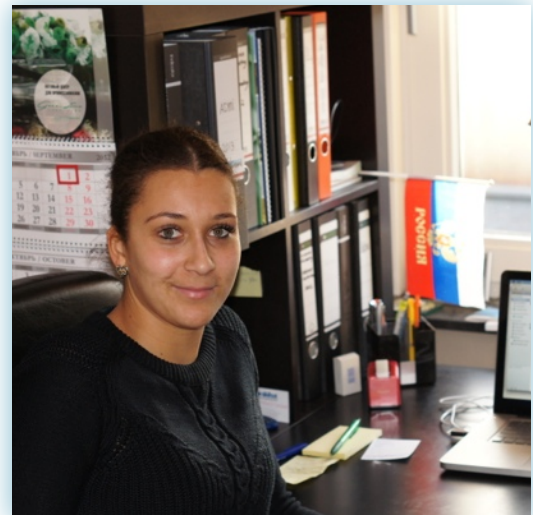
Winkelende handelaren gebruiken de presentaties op de televisieschermen onder andere om inspiratie op te doen voor aankomende opdrachten. Hier kunt u als kweker dus op inspelen door middel van een sprekende campagne. Dit kunt u nog aanleveren voor de vrouwendag, maar ook voor andere feestdagen, zoals het trouwseizoen, 1e schooldag etc.

Even voorstellen: nieuwe medewerkster, Talisa Groen:

Mijn naam is Talisa Groen en ik ben sinds 1 februari werkzaam bij Distance Marketing. Nadat ik het 2 jaar van een afstandje heb bekeken, ga ik nu actief bij Distance Marketing aan de slag.

Ik zal mij voornamelijk bezig gaan houden met wat administratieve werkzaamheden en het aanpassen van presentaties.

Tijdens deze werkzaamheden zult u mij wellicht eens tegenkomen.



Met vriendelijke groet,

Robbin Meulemans