

Altijd al gedroomd van een ballonvaart?
Als hovenier kun je iedere maand een ballonvaart winnen bij Betondingen.nl. Wat moet je hiervoor doen? Een foto insturen van een project met producten van Betondingen.nl. Dan ding je mee naar de hoofdprijs. Daar zitten soms heel verrassende toepassingen bij, die een schat aan nieuwe ideeën voor beton-elementen opleveren.

Auteur: Emiel te Walvaart



Behouden ballonvaart voor hoveniers met Betondingen.nl

Maandelijks fotoactie met betonprojecten voor klantenbinding en inspiratie

Betondingen.nl heeft sinds twee jaar een eigen luchtballon, die ingezet wordt voor promotieactiviteiten. Zo kunnen klanten van de leverancier elke maand meedoen aan een fotowedstrijd, waarbij een ballonvlucht kan worden gewonnen. 'Om mee te dingen naar die mooie prijs, moeten ze een foto insturen van een gerealiseerd project met onze producten,' vertelt oprichter en mede-eigenaar Dirk-Jan Hoogenboom van Betondingen.nl. 'Wij selecteren dan de foto van het mooiste project. Dit is ook leuk voor hoveniers, want die zijn in het algemeen trots op hun werk.'

Fotoactie

De Betondingen-luchtballon is helemaal in

de eigen huisstijl vormgegeven. Volgens Hoogenboom ontstond het idee hiervoor min of meer vanuit zijn interesse voor de ballonvaart. 'Ik vaar zelf geen ballon, maar ik vind het heel leuk om mee de lucht in te gaan. Bovendien is het een mooie manier om onze naamsbekendheid te vergroten. We houden sinds zo'n tien jaar maandelijks een fotoactie, aanvankelijk met een dinerbon als prijs. Toen we de luchtballon aanschaften, bedachten we dat de fotoactie hiervoor heel geschikt zou kunnen zijn. Zo is de luchtballonactie geboren. Maar wie hoogtevrees heeft, kan nog steeds kiezen voor de dinervoucher.' Hoogenboom constateert dat de actie aanslaat bij zijn klanten. 'Er wordt maandelijks een behoorlijk aantal foto's van projecten

ingestuurd. Ik vind dat prachtig, want je kunt hiermee ook weer anderen inspireren. En je maakt als hovenier kans op een aantrekkelijke prijs. Een win-winsituatie.'

Door de jaren heen heeft de promotieactie zeker zijn vruchten afgeworpen. 'Inmiddels hebben we op onze website bijna zestig pagina's met foto's geplaatst. Hierdoor kunnen we veel content ter inspiratie aanbieden. Hoveniers sturen ons zelf nauwelijks projectfoto's, wat begrijpelijk is. Door de fotoactie wordt zichtbaar wat je allemaal met de producten kunt doen. Regelmatig zijn er heel mooie combinaties te zien, wat andere hoveniers op ideeën kan brengen.



“Een betonnen bank van ons gaat minimaal dertig jaar mee, een houten bankje van de Gamma is na drie jaar al op”

Er komen voorbeelden van projecten langs die we zelf niet hadden kunnen verzinnen. Zo krijgen we ook meer interactie met onze klanten. We creëren met dit initiatief een soort community.’

Op persoonlijke manier samenwerken

Als online speler is het voor Betondingen.nl een geschikt middel om klanten te binden, stelt Hoogenboom. ‘Ik ben ervan overtuigd dat mensen nog steeds bij mensen kopen. We streven ernaar een bepaalde samenwerking in stand te houden, zodat het voor iedereen leuk is en blijft. Mensen voelen misschien een zekere afstand tot een webshop, die hoeft er niet altijd te zijn. We moeten ons best doen om op een persoonlijke manier met elkaar samen te werken. Dit wordt tegenwoordig snel vergeten. We moeten ervoor waken dat het onpersoonlijke erger wordt; we moeten het juist omkeren naar meer klantgerichtheid. Daar steken wij veel energie in.’

Volgens Hoogenboom is de webshop in feite een efficiënt middel om de juiste producten op tijd aan de klant te leveren. ‘Voorraadproducten

die voor 15.00 uur worden besteld, zijn de volgende dag bij de klant in huis. Dat is heel snel voor zwaar palletvervoer. We kunnen met een gerust hart zeggen dat wij de Coolblue van de betonproducten zijn’, lacht Hoogenboom. ‘We proberen altijd een knipoog bij de bestellingen te doen.’

Duurzaam

Ook al heb je de logistiek en service op orde, zonder een goed productportfolio kom je er niet. Inmiddels bestaat het aanbod van Betondingen.nl uit meer dan duizend verschillende en unieke betonproducten. Voor elke toepassing is er wel iets te vinden. De betonmaterialen zijn robuust en gaan meestal tientallen jaren mee. Hoogenboom wil dan ook een lans breken voor beton, dat volgens hem ook goed past in de trend van verduurzaming.

‘We bieden een breed assortiment aan, waarbij alle producten evenveel in trek zijn. We hebben in het algemeen bijzondere betonelementen die niet in de bouwmarkt of bij de steenhandelaar liggen. Die zijn goed in te passen in de groene tuin. En een betonnen bank van ons



Betondingen.nl

Dirk-Jan Hoogenboom richtte in 2005 Betondingen.nl op. De webshop was een uitvloeisel van de zoektocht langs leveranciers die hij maakte met zijn eigen metselbedrijf, zonder de gewenste producten te vinden. Hij nam zelf het heft in handen en richtte zijn eigen leveranciersbedrijf op, dat is gespecialiseerd in betonelementen. Eerst zette Hoogenboom alleen paalmutsen, betonpetten en muurafdekkers af. Inmiddels omvat het assortiment een breed scala aan prefab betonproducten. Betondingen.nl blijft vernieuwen, zo lanceerde het recent nog een nieuwe betonpoer met zijoplegging, speciaal voor een vereenvoudigde installatie van glazen wanden.

gaat minimaal dertig jaar mee, terwijl een houten bankje van de Gamma na drie jaar al op is. Dát vind ik duurzaam, in plaats van het houten product dat daarvoor moet doorgaan. Daarbij wil ik aantekenen dat je de levensduur van beton, wat betreft het uiterlijk, een stuk kunt verlengen met impregneren.’



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!