

Eigenaren van Planta Groencentrum Joris (r.)
en Dirk Warmerdam (beeld: Lilian Fotografie)



Transparantie, slimme inkoop en voorraadbeheer centraal in bedrijfsstrategie

‘Het vervagen van de traditionele verhoudingen vraagt om creatieve oplossingen’

De herpositionering binnen de keten van groene toeleveranciers wordt steeds duidelijker zichtbaar. Vaste schakels tussen kwekers, tussenhandelaren en klanten zijn meer en meer aan het vervagen door een grotere transparantie van de markt. Veel kwekerijen hebben tegenwoordig webshops; andersom creëren groothandelaren hun eigen kwekerij. ‘De traditionele verhoudingen zijn niet meer vanzelfsprekend. Dit vraagt om creatieve oplossingen,’ zegt Joris Warmerdam, mede-eigenaar van grootleverancier in groen, Planta Groencentrum.

Auteur: Fleur Dil

Planta speelt slim in op deze dynamiek. Zo ontwikkelde ook dit groenbedrijf enkele jaren geleden een eigen kwekerij, een stap die voortkwam uit de behoefte aan meer leveringszekerheid tijdens de coronaperiode. ‘De vraag naar groen explodeerde in die tijd en we merkten dat onze vaste leveranciers deze vraag niet altijd aankonden,’ legt Warmerdam uit. ‘Om de continuïteit in ons aanbod van een bepaald assortiment te kunnen garanderen, besloten we daarom zelf te produceren.’ Zo

ontstond de kwekerij in Noordwijkerhout, waar het bedrijf nu een top 10 aan gangbare producten op voorraad houdt. Maar het bedrijf doet meer om zijn positie in de markt te behouden.

Inkoopkracht

Een van de sterke punten van Planta is de indrukwekkende voorraad die, afhankelijk van het seizoen, varieert tussen de 50.000 en 100.000 planten en bomen. ‘Daarin

zijn we vrij uniek,’ stelt Warmerdam. ‘Er zijn veel partijen met een vrij compleet aanbod, maar wij hebben het ook echt op voorraad staan.’ Dit wordt ondersteund door een sterke inkoopkracht, waardoor de grootleverancier een uitstekende én stabiele prijs-kwaliteitverhouding kan leveren. ‘Doordat wij vooraf grote voorraden vastleggen, kunnen wij gedurende een lange periode dezelfde kwaliteit planten leveren voor dezelfde prijs. Dit geeft hoveniers de zekerheid dat ze niet

Het aantal online bestellingen neemt ook steeds meer toe. Inmiddels wordt zo'n 15 tot 20 procent van de omzet via de website gerealiseerd (beeld: Lilian Fotografie)

'We hebben nu zo'n 10.000 unieke producten online staan'

De groothandel zet daarnaast sterk in op het ontzorgen van de hovenier. Dit betekent dat bestellingen op locatie worden afgeleverd en op het moment dat het de hovenier het beste uitkomt. 'Of het nu gaat om een klus midden in Amsterdam of om een project ergens op het platteland, wij regelen de logistiek,' aldus Warmerdam.

Open dak

Intussen is het bedrijf volop bezig met de bouw van een nieuw bedrijfspand. Na zestien jaar voorbereiding is de bouwvergunning bijna rond, en dat is hard nodig. 'We zijn in de loop der jaren flink gegroeid en zijn echt toe aan een nieuwe bedrijfsruimte. We gaan uitbreiden naar 3000 vierkante meter die deels logistiek, kantoor/ kantine, winterstalling en verkoopruimte wordt. Het bijzondere van de verkoopruimte is dat het dak en de wanden gedeeltelijk open en dicht kunnen, waardoor klanten zich in een parkachtige omgeving wanen. Het wordt nooit een tuincentrum, maar een efficiënte ruimte waarin we logistieke werkzaamheden, zoals lossen, orders verzamelen, labelen en winterwerkzaamheden, veel beter kunnen organiseren. Met deze uitbreiding hopen we zeker de komende twintig jaar vooruit te kunnen.' Met een uitgebreider assortiment aan goede gereedschappen en andere direct aan planten gerelateerde producten wil Planta een echte onestopshop zijn voor de hovenier. Na het voorjaar van 2025 gaan de bouwwerkzaamheden van start. Voor het voorjaar van 2026 moet het nieuwe bedrijfspand volledig gebruiksklaar zijn.



'Omdat we transparant zijn over de prijzen, weet een klant meteen waar hij aan toe is'

voor verrassingen komen te staan als ze later in het seizoen nog producten nodig hebben voor beplanting. Dat is wat mij betreft onze kracht.'

Online catalogus

Naast de fysieke kracht van de voorraad, heeft de groothandel de afgelopen jaren geïnvesteerd in een uitgebreide online database met producten. Hoveniers kunnen inloggen op de website en direct zien wat er beschikbaar is, tegen welke prijs en in welke hoeveelheden. 'We hebben nu zo'n 10.000 unieke producten online staan. Daarnaast hebben hoveniers direct inzicht in hun bestelhistorie, zoals de order- en factuurgegevens. In veel gevallen werken we met staffelprijzen, waarbij grotere afnames worden beloond met voordeligere tarieven. Hierin hanteren we volledige transparantie; onze voorraad, inclusief partijen met staffelprijzen, is online compleet inzichtelijk.' Het aantal online bestellingen neemt ook steeds meer toe. Inmiddels wordt zo'n 15 tot 20 procent van de omzet via de website gerealiseerd, vertelt Warmerdam. 'Steeds meer hoveniers bestellen ook voor grote projecten online. Ze kunnen precies zien wat er beschikbaar is en wanneer het geleverd kan worden.' Een goed gevulde online catalogus is daarbij cruciaal, zeker omdat planten unieke

producten zijn. 'Een plant of boom kopen is niet te vergelijken met het aanschaffen van bijvoorbeeld een laptop; die is namelijk overal hetzelfde. Elke plant heeft een eigen groeiwijze, breedte en kwaliteit, en die moet je kunnen laten zien.' Het bedrijf besteedt daarom veel aandacht aan het maken van duidelijke foto's en gedetailleerde productinformatie, wat de hoveniers helpt om de juiste keuze te maken, ook online. Voorwaarde voor de online groei is wel dat de 'goede relatie' er is, vindt Warmerdam. 'Als die op orde is, is online bestellen een mooi verlengstuk van je bedrijf; je bent immers 24/7 geopend. Mooi voor ons blijft uiteindelijk wel het persoonlijke contact met de hoveniers.'

Showroom

Om het onderscheidend vermogen van de groothandelaar verder te vergroten, presenteert Planta de bedrijfslocatie als een showroom waar alle producten zijn voorzien van brutoprijzen, oftewel de consumentenprijzen. 'Dit stelt hoveniers in staat om met hun klanten in de showroom rond te lopen en onze producten te laten zien,' vertelt Warmerdam. Op het terrein van vier hectare staan planten in alle soorten en maten, van klein tot groot. Daarbij is het terrein overzichtelijk gesorteerd op plantgroep en Latijnse naam. Elk product heeft zijn eigen locatie en rijnummer om de vindbaarheid te vergemakkelijken. 'Omdat we transparant zijn over de prijzen, weet een klant meteen waar hij aan toe is. De ervaring leert dat klanten die een bezoek aan onze showroom brengen, vaak met een vollere kar of een duurdere boom naar huis gaan dan ze oorspronkelijk van plan waren.' Dit levert niet alleen het bedrijf, maar ook de hovenier extra omzet op. 'Bij veel collega-groothandelaren zijn de prijzen gecodeerd en die kan de consument niet lezen. Hierin zijn we dus relatief uniek.'



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!