



Cultra presenteert noviteiten aan bloemisten

Op de foto van links naar rechts Ingrid Kramer, Jolanda Roskam en Selma van der Beek

Bloemist-winkeliers verkopen graag nieuwe bloemen en planten. Zo onderstrepen zij hun vakmanschap en onderscheiden zij zich bij de consument. Veel Nederlandse bloemisten kopen bloemen en planten bij cash & carry's als Cultra Aalsmeer. Cultra is dus een logische plek om noviteiten te presenteren. Sinds kort gebeurt dat ook in fraaie, door toparrangeurs gearrangeerde presentaties. Cultra, Waterdrinker Aalsmeer en FloraHolland (FloraHolland Product- & Conceptontwikkeling) werken hierin samen.

Noviteiten behoren bij het kenniscentrum

“Cultra wil kenniscentrum zijn voor klanten en productleiderschap uitstralen. Hier horen ook noviteiten bij”, aldus marketing coördinator Ingrid Kramer van Cultra. “We bekijken steeds hoe we de klant nog beter kunnen helpen, hoe we nog meer waarde kunnen toevoegen. Wij denken klanten te helpen door elk jaar een aantal presentaties van noviteiten en exclusieve producten te houden. Dit naast onze bestaande themapresentaties.

Met FloraHolland is afgesproken dat deze presentaties dit jaar alleen op Cultra staan. Door de samenwerking met FloraHolland weten we dat we de juiste producten presenteren. Zij kennen het aanbod van de noviteiten bij de snijbloemen en wij beoordelen wat er echt geschikt is voor bloemisten.” Waterdrinker levert in overleg met FloraHolland het plantenaanbod.

De krenten uit de pap

“Bloemisten vertellen ons dat ze zoeken naar nieuwe bloemen en planten en naar verhalen achter het product”, zegt manager marketing & communicatie Selma van der Beek van Waterdrinker Aalsmeer. “Wij helpen bloemisten graag aan productkennis in samenwerking met veredelaars en kwekers. En verkopen hun graag de krenten uit de pap om zich te kunnen onderscheiden, naast het basisassortiment natuurlijk. Cultra speelt hierop in. Wij zijn geen doorschuiver van producten, maar voegen waarde toe. Onze kracht is een breed en diep assortiment, aangevuld met brede, inspirerende kennis. We werken al volop op het vlak van noviteiten en commercie. Vaak samen met FloraHolland en telers. Zo vertalen we kennis van het begin van de keten naar volgende schakels en andersom. In de presentaties willen we geen ‘dertien in een dozijn’ nieuwigheden. Noviteiten moeten kwaliteit hebben en voor een bloemist herkenbaar zijn als nieuw en anders.”

Cultra is een platform

“FloraHolland ziet Cultra als platform waar noviteiten aan bloemisten worden getoond.” Dat zegt Jolanda Roskam, marketing consultant bij FloraHolland Connect. “Bloemisten komen nu nog nauwelijks op de FloraHolland Trade Fair en lang niet allemaal bij onze klokken, maar wel hier. Nu deze noviteiten bij de bedrijven van Cultra te koop zijn, kun je meten hoe bloemisten ze waarderen.

Samen met Cultra is een aantal presentatiemomenten bepaald. Dat zijn Pasen, Moederdag, het eind van de schoolvakantie en de FloraHolland Trade Fair Aalsmeer (voor het kerstaanbod).

We presenteren niet alleen de noviteiten, maar ook het verhaal erachter. Die kennis zit bij alle drie de partijen, dus is samenwerken logisch. We zijn blij dat deze presentaties er nu zijn. Bloemisten klagen wel eens dat alle noviteiten eerst naar het buitenland gaan en dat zij er niet aan kunnen komen. Nu wordt het tegendeel bewezen.”