

# Assortiment

# OUR CHOICE

Vreemd eigenlijk. In een gemiddelde supermarkt liggen al gauw 20.000 verschillende producten, maar altijd ligt vrijwel hetzelfde in je karretje. Zeker als je weinig tijd hebt voor je inkopen probeer je zelden wat nieuws. Op deze manier gaat zoveel moois aan je neus voorbij. Waterdrinker is ook zo'n supermarkt. Met 9.000 verschillende soorten planten op 12.000 m<sup>2</sup> ben je altijd geneigd om dezelfde producten mee te nemen. Maar Our Choice brengt daar verandering in.

*door Sytse Berends*

Als een van de grootste marktplaatsen in de plantenhandel, noemt Waterdrinker zichzelf 'Unique & Different'. Dat is nogal wat. Als groot handelskanaal is het voor de hand liggend dat je je focust op grote aantallen en een klein sortiment. Met je schaalgrootte loop je namelijk sowieso voor op de concurrentie. Maar Waterdrinker kiest voor sortiment en service. Daar kan je ook groot in zijn. Our Choice is een goede uitwerking hiervan.

## Altijd iets leuks

Het wordt nog wel eens vergeten dat de bloemist en het tuincentrum verreweg de belangrijkste afzetkanalen in Nederland zijn voor levend groen. Een ook in de rest van Europa is hun aandeel groot. Dit zijn ondernemers die hun klanten persoonlijk willen helpen. Dit soort bedrijven wil haar klanten verrassen met iets leuks, iets nieuws of ook een keer iets voor een heel mooi prijsje. En daar doelt Waterdrinker op met Our Choice.

De Aalsmeerse cash & carry heeft vijf categorieën binnen Our Choice:

Exclusive	: Exclusief verkrijgbaar via Waterdrinker
New	: Nieuw bij Waterdrinker
Special	: Een bijzondere eigenschap
Forgotten plants	: Terug van weggeweest
Best Buy	: Prima Prijs/kwaliteitverhouding

De eerste twee categorieën kun je kritisch over zijn: de detailhandel en zeker de consument heeft hier niets aan als iets nieuw of exclusief is bij Waterdrinker. Echter blijken de planten die hieronder vallen in de praktijk in zijn geheel nieuw of exclusief te zijn, waardoor dit toch een goede graadmeter blijkt.

De Our Choice-producten wisselen constant. Daarom is er bij ieder bezoek wel iets nieuws aan te treffen. De betreffende producten worden vaak op de kopse einden langs de hoofdpaden bij





Waterdrinker gepresenteerd. Vaak gebeurt dit in opstellingen die meteen inspirerend kunnen werken voor in de bloemenwinkel of in het tuincentrum. Eventueel gebruikte potten en andere ‘dode materialen’ zijn op dat moment elders op de Aalsmeerse Cultra te koop.

### **Automatische piloot**

Waterdrinker raadt haar klanten aan om niet op de automatische piloot over de cash & carry te lopen en uitsluitend de vaste producten mee te nemen. Door zo nu en dan producten uit de diverse Our Choice-collecties mee te nemen, kan de detaillist de eindklant constant verrassen. Natuurlijk kan de detaillist er ook voor kiezen om meteen een hele collectie met bijvoorbeeld ‘vergeten planten’ in te kopen om hier vervolgens een complete, creatieve, inspirerende themapresentatie mee te maken in de eigen winkel. En Best Buy is een goede basis voor de wekelijkse seizoensaanbieding. Hiermee trek je vaker je klant de winkel in!

### **Kweker**

Veel van de 9.000 producten in het sortiment van Waterdrinker worden in nauwe samenwerking met de kwekers ervan aangeboden. Waterdrinker is hierin een belangrijke tussenpersoon die de wensen van de klant (bloemist, tuincentrum en ook de consument) kan doorbrieven aan de kweker. De kweker kan op zijn beurt het product hierop afstemmen en desgewenst extra informatie verschaffen.

In de praktijk gebeurt dit door middel van informatieflyers bij veel producten. Hierop staan weetjes die de detaillist kan gebruiken bij het onderhoud, de presentatie en de verkoop van de producten. Daarnaast komt het zelfs met regelmaat voor dat de kweker zelf bij zijn product gaat staan. Hij hoort zo uit eerste hand wat de bloemist of tuincentrumeigenaar wenst en hij kan extra informatie geven over zijn product. Dit werkt enorm motiverend en stimulerend voor alle partijen.

### **Nieuwe STM-rubriek**

Als STM juichen we de activiteiten en initiatieven van Waterdrinker erg toe. Mede daarom staat er vanaf nu in elke STM de nieuwe rubriek ‘Our Choice’. Hierin tonen we een Our Choice-product van Waterdrinker. Daarbij plaatsen we enkele facts over het product. Tevens laten we de kweker aan het woord over zijn product en we vragen Ed Mol om een toelichting. Ed Mol is specialist bijzondere planten bij Waterdrinker maar bovenal een gepassioneerde plantenman.

Elders in deze editie van STM staat de eerste Our Choice-rubriek over de exclusieve Hydrangea Avantgarde.