



Vermeerderaar Bollaart: 'Kwekers moeten meer in contact komen met de klant'

Moderne communicatie: méér dan de assortimentslijst en het bestelformulier op de homepage

BENS Young Plants is het vermeerderingsbedrijf in het Groningse Sappemeer van Bart Bollaart en Susanne Blom (BENS staat voor B en S, Bart en Susanne). Het jonge bedrijf is opgericht in 2009. De twee eigenaars zijn eveneens jong, maar vooral gedreven en ondernemend en ze lopen voorop in hun communicatie met de klant.

Auteur: Santi Raats



5 min. leestijd

BENS Young Plants produceert stekken en veredelt daarnaast. De afzetmarkt is zowel nationaal als internationaal. Het assortiment bestaat onder meer uit *Magnolia*, *Hortensia*, *Photinia*, *Prunus*, *Skimmia* en *Ilex*. *Magnolia*, een lastige teelt, is een specialiteit van het bedrijf. Bollaart en Blom houden scherp in de gaten wat nieuw is bij licentiehouders en verdiepen zich in het huidige assortiment. Susanne Blom is vakblad *Boom in Business* vóór bij het opnemen van contact voor het interview. Deze proactiviteit blijkt tekenend te zijn voor het stekbedrijf in Groningen; de openheid van beide

ondernemers voelt als een frisse wind door de boomkwekerswereld.

Opbouw

BENS Young Plants is niet zonder slag of stoot gekomen waar het nu is: 'In de beginperiode moesten we meerdere tegenslagen het hoofd bieden', vertelt Bart Bollaart. 'Zo zorgden de warme winter van 2011 en de daaropvolgende hevige vrieskou in februari ervoor dat een hectare zojuist aangeplante moederplanten op een haar na verwoest werd. Onze opgebouwde reserves raakten daardoor in

INTERVIEW

Het bedrijf heeft een duidelijk gezicht

een snel tempo op. We hebben een paar jaar constant moeten doorpakken.'

'2017: een jaar van groei!'

Dat is nu gelukkig achter de rug. Dit jaar heeft BENS Young Plants een flinke groei doorgemaakt. Ze hebben een nieuwe foliekas van 1000 vierkante meter bijgebouwd voor stekken die al aan de wortel staan. Ook hebben Bollaart en Blom geïnvesteerd in een schaduwhal van 1500 vierkante meter, om stekken af te harden voor klanten die voornamelijk buiten kweken. In de hoofdkas van 4000 vierkante meter, waarin de stekken worden geproduceerd, is afgelopen zomer een compleet nieuwe teeltvloer gerealiseerd. Een drainagesysteem onder de nieuwe teeltvloer vangt het regeningswater met daarin de bemestingsstoffen op, waarna het water door een gesloten systeem naar een natuurvijver met fytofilter wordt geleid. De oude werkruimte van 50 vierkante meter is vervangen. De nieuwe ruimte is driemaal zo groot, biedt plaats aan zo'n dertig medewerkers en bestaat uit een kantoor, koelcel en kantine. Blom en Bollaart hebben zelf hard meegeholpen met de sloop van de oude ruimte en de bouw van het nieuwe kassencomplex en de werkruimte. Eind juli heeft BENS Young Plants een splinternieuwe Urbinatrayvulmachine inclusief watergeefunit in gebruik genomen. Bollaart: 'Met deze machine hebben we een meer uniforme vulkwaliteit en heeft iedere plug eenzelfde hoeveelheid grond en water. Ook hebben we geïnvesteerd in een CC-karrendouche met bemestingsunit, om bij het afleveren van de stekken de juiste voeding en biologie te kunnen meegeven. We kunnen nu vol inzetten op onze ambities: kwaliteit, uniformiteit, minder uitval tijdens het proces en turnkey afgeharde stekken, klaar om gepot te worden en om goed verder te kunnen groeien bij de kweker.'



Aanleg nieuwe teeltvloer.



In gebruik name nieuwe teeltvloer.



Het winterwerk bij BENS Young Plants.

Bollaart en Blom

Bart Bollaart komt uit de kwekerswereld in Boskoop en trok naar het noorden om daar aan de economie bij te dragen. 'Ik begon in 2002 met een hectare buitengrond met daarop 4000 vierkante meter kas', vertelt hij. 'In 2011 heb ik er een hectare land bijgekocht om meer eigen moederplanten op te zetten. Zo zijn we steeds meer zelfvoorzienend.' Susanne Blom werkte na haar havo-eindexamen



op de zaterdagen bij Bollaart. 'Na vier jaar sloeg de vonk over', glimlacht Blom. Een aantal jaren werkte ze drie dagen per week in het onderwijs en drie dagen per week in de kwekerij. In 2011 kwam ze volledig bij Bollaart in het bedrijf om zich bezig te houden met het personeel, de administratie en de verkoop. Haar pedagogische achtergrond komt goed van pas bij het aansturen van personeel, bestaande uit een team van gemiddeld 25 scholie-

ren die op zaterdagen en in de vakantieperiodes stekken maken en wegsteken. Af en toe wordt het team aangevuld met uitzendkrachten.

Werkzaamheden

Bollaart veredelt zelf, voornamelijk in de wintermaanden. Enten is niet alleen zijn werk, maar ook zijn hobby. Jaarrond worden er volop stekken geproduceerd, met een piek in de zomer. Na de zomer worden sommige stekken, die dan al aan de wortel zitten, afgehard in de schaduwhal. BENS Young Plants is daarnaast ook aanwezig op beurzen, waaronder in Nederland op de Groot Groen Plus-beurs in Zundert.

'Snel en proactief reageren is belangrijk voor een goed klantcontact'

Marketing

Het is duidelijk dat beiden snappen hoe je marketing kunt toepassen en dat verkopen meer behelst dan het tonen van de voorraad- of assortimentslijsten en bestelformulieren op de homepage. 'Kwekers moeten in het algemeen meer in contact komen met de klant; moderne communicatie is daarbij van groot belang', vindt Bollaart, die een Nima A-diploma op zak heeft en voortdurend probeert af te stemmen op de wensen van klanten en eindgebruikers, zoals overheden, groen- en hoveniersbedrijven en consumenten.

Met de bedrijfswebsite, die ook geschikt is gemaakt voor smartphone, nemen Bollaart en Blom de klanten en eindgebruikers op een gevarieerde manier mee in hun wereld. Onder het informatieaanbod vallen filmpjes, haarscherpe foto's, actueel nieuws, zoals over de vorderingen in het bouwproces, beursdeelnames, nieuwe assortimentssoorten of seizoenwerkzaamheden en kijkjes achter de schermen, bijvoorbeeld bij het enten in de wintermaanden. Producten worden effectief gepromoot. Zo worden er maandelijks enkele planten uitgebreid in de spotlights gezet en seizoens-



Susanne Blom en Bart Bollaart

foto's geplaatst, evenals zelfgemaakte *time lapse* opnames van de groei van de stekken. Geregeld zijn Bollaart en Blom zelf te zien op de foto's en elk jaar verschijnt er een nieuwe teamfoto met daarop alle stekkers. Het bedrijf krijgt daarmee een duidelijk gezicht: de klant koopt niet alleen een product, hij koopt een product van dit opgewekte en gedreven stel. Blom maakt voor het bedrijf regelmatig gebruik van Facebook, Twitter en LinkedIn. 'Via de sociale media profileren we ons bedrijf en plaatsen we onze advertenties, vooral met vacatures. Je kunt zelf aangeven in welke regio de advertenties verspreid worden', vertelt Blom.

Verkoop en klantcontact: zaken snel oppakken

Sinds een jaar doet Blom de persoonlijke verkoop zelf. Bollaart heeft haar daarin wegwijs gemaakt, maar nu zijn vrouw alleen op pad gaat, kan hij zich volledig richten op de kweek, het verzorgen van de moederplanten en het onderhoud van de technische installaties. Blom houdt zich prima staande in de mannenwereld die de kwekerswereld is. 'In het begin moest ik me bewijzen; dat merkte ik bijvoorbeeld weleens op een borrel na een beurs. Ik reageerde daarop met een flinke dosis humor naast het laten blijken van mijn kennis van zaken. Daarna werd ik meteen serieus genomen.' Op beurzen maken Bollaart en Blom met een goede camera foto's van de ontvangen visitekaartjes; de soorten die deze potentiële klanten kweken en alle overige informatie slaan ze op in hun laptop. Al tijdens de beurs neemt Blom de contactge-

gevens van de gemaakte foto's over in het contactpersonensysteem. Ze volgt deze actie meteen op door informatie op maat naar de potentiële klant te mailen. In het bestand zitten zo'n vijfhonderd emailadressen; indien daar toestemming voor is, gaat daar elke maand een nieuwsbrief naartoe. 'Snel reageren en schakelen is belangrijk om in beeld te blijven en om op effectieve wijze een goed klantcontact op te bouwen', aldus Blom, die ook geregeld communiceert met klanten via WhatsApp en vertelt dat het bedrijf al vijf jaar niet meer met de fax werkt. 'Daarmee kun je laten merken dat je naar de klant hebt geluisterd, hebt

begrepen wat zijn of haar behoeften zijn, en kun je vertrouwen opbouwen. Ook wanneer een onderdeel van de bestelling niet uitvoerbaar blijkt te zijn, is het belangrijk om dit direct terug te koppelen naar de klant en een goed alternatief aan te bieden.'

Toekomst

Voorlopig heeft het bedrijf genoeg geïnvesteerd om vol de toekomst in te gaan. 'We hebben nu tussen de 100 en 120 klanten, die allemaal even belangrijk zijn voor ons. In principe gaat het ons in de eerste plaats om kwaliteit en niet om aantallen. Maar we willen nog wel een beetje groeien. We produceren nu 2,5 miljoen verkoopbare stekken per jaar; over vijf jaar willen we op 3 miljoen verkoopbare stekken zitten', laat Bollaart weten.



Be social

Scan of ga naar:

www.Boom in Business.nl/artikel.asp?id=23-7028



Bollaart helpt mee met de aanleg van de werkruimte.