

# #wiemaakthetverschil

Het bezoeken van klanten is geen exotische hobby, maar een cruciaal onderdeel van je business. **Hoe kun je een bedrijf draaiend houden als je niet weet wat je klanten willen?**



De nieuwjaarsvakantie is een goede tijd om na te denken over waar je nu werkelijk mee bezig bent. Tenminste, voor gewone mensen, zoals de pennenlikker die dit stukje aan het tikken is. Voor boomkwekers is dat andere koek. Die zitten alleen te denken: hoe krijg ik dit jaar mijn werk voor elkaar en ben ik ook nog in staat een paar centen te verdienen? Het lijkt allemaal wat beter te gaan in de sector, maar het is zeker nog niet allemaal goud wat er blinkt. Dat komt tussen de regels door naar voren in het artikel over het nieuwjaarsdiner, dat wij dit jaar voor de vijfde keer hebben georganiseerd, dit keer bij Delphy in Bleiswijk. Het thema was: #wiemaakthetverschil.

**Het gaat erom dat je als bedrijf meebeweegt met de markt en actief werkt aan het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen**

Het werd niet als zodanig uitgesproken, maar ook de komende jaren zal een groot aantal boomkwekers de snoeischaar in de wilgen hangen. Dat is enerzijds natuurlijk jammer. Je gunt het iedereen om in dit mooie vak werkzaam te zijn. Anderzijds is het ook een zegen voor het vak en de altijd aanwezige dreiging van overproductie. Bert Griffioen zegt in het artikel dat kwekers als lemmingen achter elkaar aan hollen in het streven naar meer, meer en nog eens meer. En we zien ook nu weer in de melkveehouderij dat

overproductie een doodlopende straat is. Meer, meer, meer is voor de melksector geen goed idee, en dat geldt ook voor de boomkwekerij. Beter, beter, beter of slimmer, slimmer, slimmer zou het motto moeten zijn. Iedere ondernemer moet zich 's ochtends bij zijn eerste bakje koffie afvragen: waartoe ben ik op deze aarde? Of, iets minder hoogdravend: wat is de echte meerwaarde van mijn bedrijf voor mijn klanten?

Ook in dit blad lees je te vaak dat kwekers onvoldoende gefocust zijn op hun klanten. 'Geen tijd om mijn klanten te bezoeken, want ik moet werken.' 'Sorry, maar dat kan niet.' Het bezoeken van klanten is geen exotische hobby, maar een cruciaal onderdeel van je business. Hoe kun je een bedrijf draaiend houden als je niet weet wat je klanten willen? Alleen uit dat soort gesprekken kun je het verhaal filteren dat nodig is om jouw bedrijf op koers te houden. Het aardige aan dat kerstdiner is dat er ook plenty ideeën in de sector zitten om dingen anders te doen: van techniek en nieuwe producten tot meer of minder sortiment; maakt niet uit. Het gaat erom dat je als bedrijf meebeweegt met de markt en actief werkt aan het ontwikkelen van nieuwe verdienmodellen.

Met vriendelijk groet,

Hein van Iersel (hein@nwst.nl)  
Hoofdredacteur



**Be social**

Scan of ga naar:

[www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-6384](http://www.boom-in-business.nl/artikel.asp?id=23-6384)