Bloemist

voor de bloemist

nr 3 - Bloemist september 2019 - jaargang 22

3 Het gaat bruisen in de regio's! 6 Hanneke Frankema op weg naar het EK 8 Bedien jij je klant optimaal? 13 Arbeidsongeschiktheid? Dat regelen we met elkaar 16 Wie wordt het '(Verkoop)team van het jaar'? 22 Lokaal zichtbaar met VBW Marketing

Het gaat bruisen in de regio's!

Pagina 3



Voorwoord

Vooruitkijken



John Thijert
info@vbw.nu

Als ondernemer ben je nooit klaar met ontwikkelen en verbeteren. Hoewel we het allemaal druk hebben en de tijd kostbaar is, is de tijd die je steekt in ontwikkeling misschien wel de best bestede tijd met uiteindelijk het hoogste rendement. VBW biedt veel mogelijkheden ter ondersteuning van deze ontwikkeling. Om als vakman voorop te blijven lopen, organiseren we dit najaar weer diverse vakevents in de regio. In een nieuw jasje welteverstaan! In deze editie van Bloemist informeren we je graag over de details. Daarnaast vertelt Hanneke Frankema over haar voorbereiding op het naderende EK.

Eigen tempo
Ook is er aandacht voor STAP. Jezelf en je medewerkers ontwikkelen, doe je in je eigen tempo. Om in VBW-termen te blijven doe je het dus STAP voor STAP. Maak daarvoor een plan, stel doelen en bepaal waar je volgend jaar wilt staan met je bedrijf. VBW helpt je hier via STAP graag bij. Lees in deze Bloemist over de ervaringen van collega's.

Kortom, we ondersteunen je graag bij het behalen van jouw bedrijfsdoelstelling. De factor tijd is daarin een belangrijk begrip. Voor belangrijke zaken is namelijk altijd tijd te maken.

Heel veel succes!
John Thijert, voorzitter VBW

Bloemist

Colofon

Redactie
Bram Rijkers
Marco Maasse
Mark Heemskerk

Redactieadres
Da Vincilaan 5
6716 WC Ede

Foto's
VBW, Ron de Vries en
Nico Alsemgeest

Vormgeving
Muntz

Drukwerk
CommunicatiePartners

Productie
VBW Bloemist is een uitgave van
Vereniging Bloemist Winkeliers
www.vbw.nu

Deze Bloemist is tot stand gekomen met steun van het Sociaal Fonds Bloemenspeciaalzaken

Stichting Sociaal Fonds
Bloemenspeciaalzaken

Inhoud

3 Het gaat bruisen in de regio's!
6 Hanneke Frankema op weg naar het EK
8 Bedien jij je klant optimaal?
10 Aktief Bloemsierkunst over STAP
12 VBW en Fleurop in gesprek over 'Fleurop 2020'
13 Arbeidsongeschiktheid? Dat regelen we met elkaar
14 De Bloemenvink wint 'Bloemist van het Jaar 2019'
16 Wie wordt het '(Verkoop)team van het jaar'?
17 Een uitstekend tweede kwartaal, maar..
18 Met DC Automatisering bespaar ik tijd en geld
19 Edwin van der Hulst is blij met nieuwe bedrijfsauto
20 Chantal Klinkenberg slaagt altijd bij Plantion
21 'Bedankt Plant-campagne' keert terug. Haak jij ook in?
22 Lokaal zichtbaar met VBW Marketing
23 Volop (ondernemers)trainingen dit najaar!

VBW is verhuisd! Kijk op pag. 23

FASHIONABLE

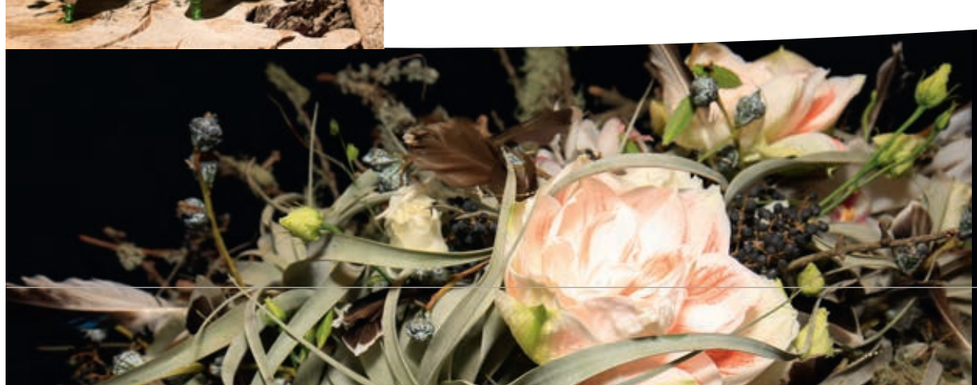


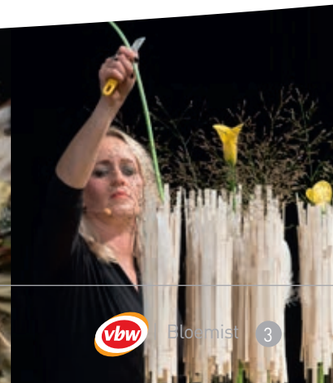


Regio-events in teken van Fashionable X-mas

Het gaat bruisen in de regio's!

Dit najaar gaan de eerste regio-events 'nieuwe stijl' zichtbaar worden. En we beloven je, het gaat een feest worden! Dit jaar zijn we van 5 naar 4 regio's gegaan. In plaats van een jaarlijks event, organiseren de regio's nu een tweejaarlijks event (oneven kalenderjaren). In de vorige 'Bloemist' hebben we de (nieuwe) regioteams aan je voorgesteld. In dit nummer zoomen we met de regio's graag in op wat er dit najaar staat te gebeuren.





VBW organiseert speciale regio-events om je voor te bereiden en inspiratie op te doen voor de drukke kersttijd en even bij te praten met collega's onder het genot van een drankje.

Regio Noord - 26 oktober

Op zaterdag 26 oktober organiseert de regio Noord een Fashionable X-mas event bij Hotel v/d Valk in Sneek. Absolute hoofdact is de demo van wereldkampioen Bart Hassam die naar Nederland komt.
Maak je er een leuk teamuitje van? Schuif dan aan bij een volledig verzorgd 3-gangendiner (optioneel; meld je snel aan, want vol = vol)

Regio West - 2 november

Op zaterdag 2 november organiseert de regio West een prachtig event in Wateringen. De locatie is het nieuwe bedrijfspand van 'Ter Laak Orchids'.
Naast de vakwedstrijden staan ook een aantal demo's van jongen talenten op de agenda. Het belooft een fantastische show te worden!









Regio Zuid - 10 november

Op zondag 10 november ben je van harte welkom in Theater Speelhuis in Helmond om te komen kijken naar demo's van toparrangeur Mehmet Yilmaz. Met een verrassende 'Fashionable X-mas' show en de voorrondes voor de VBW Flowercup, het NK Junioren en de VBW Studentencup. We ontmoeten je graag op zondag 10 november 2019.

Regio Oost - 13 november

In Oost wordt opnieuw een weergaloos event neergezet! Als locatie maken we wederom gebruik van de Grote of Lebuinuskerk in Deventer en wel op woensdagavond 13 november. Veel (kerst)inspiratie en prachtig bloemwerk van (regionale) toparrangeurs en Per Benjamin! Ook de mooie wedstrijdarrangementen staan in de spotlights deze avond!

Meer info volgt binnenkort!

Wie wordt Nederlands junioren kampioen 'Floral Art'? Doe mee!

Word jij de opvolger van Hidde Klink, die zich in 2016 kroonde tot Nederlands Juniorenkampioen? Dit najaar staan ook de voorrondes van het NK Junioren op de agenda.

Ben jij in 2022 niet ouder dan 25 jaar? Dan is deelname aan de 'NK Floral Art-voorrondes' wat voor jou! Bij dit kampioenschap strijden jonge talenten om de Nederlandse juniorentitel. De winnaar mag Nederland in 2022 vertegenwoordigen op het EK (Eurofleurs).

In totaal zijn er 4 voorrondes:

- 26 oktober – Sneek
  (vol; aanmeldingen op wachtlijst)
- 2 november – Westland (let op! locatie gewijzigd)
- 10 november – Helmond
- 13 november – Deventer
  (vol; aanmeldingen op wachtlijst)

Per voorronde is plek voor maximaal 8 deelnemers.
Deelname is alleen toegestaan in je eigen regio.
Meld je snel aan op **vbw.nu/nk**.

Het NK Junioren wordt mede mogelijk gemaakt door:

Plantion · Oasis · Floral Life · Aleia · Balflora · Stichting Sociaal Fonds Bloemenspeciaalzaken



Hidde Klink werd in 2016 NK Junioren



Dit najaar staat de VBW Flowercup weer op de agenda! Deze populaire vakwedstrijd kent een iets andere opzet in vergelijking met voorgaande jaren.

Wat verandert er?

- We gaan van een jaarlijkse naar een tweejaarlijkse wedstrijd; voorrondes in de oneven kalenderjaren en de finale in de even kalenderjaren (op het landelijke vakevent van VBW).
- Deelname is alleen nog toegestaan in je eigen regio.
- Er is een vragenronde voorzien, waardoor het voor deelnemers mogelijk is om vragen over de opdracht te stellen.
- Per voorronde gaan de nrs. 1 – 3 door; daarnaast plaatsen de 18 deelnemers met de hoogste overall scores zich voor de finale.

Opdracht

De opdracht van dit jaar is het maken van een 'trendy showarrangement' op Oasis-steekschuim binnen het thema 'Fashionable X-mas'.

Data/locaties

De voorrondes vinden plaats op:

- 26 oktober – Sneek
- 2 november – Westland
  (let op! locatie gewijzigd)
- 10 november – Helmond
- 13 november – Deventer

VBW Flowercup 2019

Aanmelden

Per voorronde is plek voor maximaal 50 deelnemers (vol = vol).
Meld je snel aan op **vbw.nu/flowercup.**

De VBW Flowercup wordt mede mogelijk gemaakt door:

Oasis · Floral Life · Stichting Sociaal Fonds Bloemenspeciaalzaken

Hanneke op weg naar het EK!









Fotografie van Nico Alsemgeest.

Hanneke Frankema werd afgelopen jaar Nederlands Kampioen Bloemsierkunst. Een titel om trots op te zijn en die toegang geeft tot deelname aan het Europees Kampioenschap. Hoewel er over de inhoudelijke opdrachten nog niks bekend is, zijn we benieuwd hoe ze naar dit EK toeleeft.

Hanneke krijgt vaak de vraag hoe ze de trends en ontwikkelingen binnen de branche: "Eigenlijk volg ik geen trends, ik ontwikkel mijn eigen dingen en merk steeds vaker dat mijn trends door anderen worden gevolgd. Ik geef veel demonstraties en workshops in allerlei landen. Daar kan ik niet aankomen met creaties die er al zijn, daarom ben ik continu bezig met vernieuwing."

Eén van de specialiteiten van Hanneke is het bedenken en ontwikkelen van frames. Hiervoor kunnen allerlei materialen worden gebruikt zoals plexiglas, smeedijzer, hout of zoals tijdens het NK; karton.

Kansen op het EK

De beste EK-klassering van Nederland dateert alweer van 20 jaar geleden toen Max van de Sluis 2e werd. Het wordt weer tijd voor eremetaal dus. Hanneke over haar kansen: "Internationaal wordt er toch heel anders gekeken naar bloemsierkunst. In Nederland is er een overvloed aan bloemen en zijn bloemen relatief goedkoop. Dat heeft effect op de manier waarop we hier met ons vak omgaan. Ik noem dat wel eens 'bloemproppen'. Het gaat uiteindelijk om de gehele creatie en daarbij kan 'less' vaak 'more' zijn. Er zijn tussen de 25 en 30 deelnemers dus er is behoorlijke concurrentie, maar ik ga er alles aan doen om een goed resultaat te behalen."

Goed team

Hoewel Hanneke veel zelf doet, heeft ze goede mensen om zich heen waar ze mee kan klankborden. De eerdergenoemde Max van de Sluis deelt zijn ervaringen met Hanneke en Erika Oldenhof heeft veel kennis over de reglementen en voorschriften. Daarnaast heeft ze een aantal sponsoren (zie kader) die haar financieel en in materialen ondersteunen. Nieuwe sponsoren kunnen zich uiteraard nog bij Hanneke melden, want er komt nogal wat bij kijken.

Op het moment van dit schrijven is Hanneke hoogzwanger. Ze gaat haar 'zwangerschapsverlof' onder andere goed gebruiken om alle zaken goed voor te bereiden. Vanuit VBW blijven we Hanneke volgen op weg naar het EK.

EK in Polen

Het EK wordt gehouden op 5, 6 & 7 juni 2020 in Polen. Kijk voor alle details op de website van Florint **(florint.org)** en blijf Hanneke volgen via Facebook.

Deze bedrijven maken de uitzending van Hanneke naar het EK mede mogelijk:

VBW
Smithers-Oasis
Alflora
Decorum
Anthura
Marginpar
Waterdrinker Aalsmeer
DGI/Gfresh
DPK (De Pook)
Dekker Chrysanten
Montana Lisianthus
Dummen Orange
Hamifleurs

Wij wensen Hanneke heel veel succes!

Bedien jij je klant optimaal?

Nieuw consumentenonderzoek leidt tot 5 ‘bloemen- en plantenkopers’

De 4 kansrijke consumenten profielen!

Door sectorpartijen Royal FloraHolland, Bloemenbureau Holland en VGB (Vereniging voor groothandelaren) is vorig jaar een nieuw consumentenonderzoek gedaan onder duizenden consumenten in Europa. Het onderzoek heeft geleid tot 5 nieuwe, aangescherpte profielen van bloemen- en plantenkopers. 4 ervan zijn interessant voor bloemisten. Het vijfde profiel (‘Praktisch’) koopt alleen bloemen en planten in uitzonderlijke situaties. De resultaten zijn verwerkt in de marktanalyse van STAP.

Wat kan ik met deze info?
Elk profiel koopt op zijn eigen manier bloemen en planten en wil op een eigen wijze geholpen worden. Doe je voordeel met deze informatie en stem jouw winkel nog beter af op de klant die jij wilt bedienen.

Hulp nodig?
Via STAP helpt VBW je graag bij het bedienen van de juiste doelgroep. We brengen in beeld hoe jouw verzorgingsgebeid eruit ziet en welke consumenten in de buurt van jouw winkel zitten. Bij STAP 2 maken we een diepergaande analyse en brengen we ook in kaart welke consumenten je nu al bedient en hoe je ze nog beter aan kunt spreken.

Meer info?
Kijk voor meer info op www.vbw.nu/stap en meld je aan.

Kom alles te weten over de consument!

Op dinsdag 17 september organiseert VBW i.s.m. het Groothandelscentrum Plantion en Alflora een koopavond XL in Ede. Hier zullen o.a. 4 huis-kamers worden gepresenteerd, afgestemd op de nieuwe consumentenprofielen, met de producten die dit najaar ‘hot’ zijn.

De moodboards zijn samengesteld met dank aan:

Bloemen bureau Holland · Royal Flora Holland · VGB

Stijl

“Ik zoek altijd de juiste balans tussen gezin, vrienden en tijd voor mijzelf. Kwaliteit is hierin belangrijker dan kwantiteit.”



AANKOOP-TRIGGERS
Mooie display, styling in interieur context, eigenzinnig, duurzaamheid en fairtrade.

AANKOOP-DISLIKES
Te standaard, niet eigen, slecht voor milieu, onethisch.

GEWENSTE AANKOOPERVARING
Geinspireerd worden op social media, tegengekomen in conceptstore, direct kopen, mooi plekje vinden in huis en posten op Instagram.

FAVORIET AANKOOPKANAAL
Brancheneemd (conceptstore, interieurwinkel) of vakman.
Gaat graag naar een specialist

Status

“Ik word graag gezien met interessante mensen om mij heen. Mijn carrière is belangrijk voor mij en ik eet graag met vrienden in hippe restaurants.”



AANKOOP-TRIGGERS
Sociale omgeving, trendy, aanbiedingen en aanbevelingen van een specialist.

AANKOOP-DISLIKES
Veel gedoe, veel verzorging nodig, veel tijd kwijt, slechte service.

GEWENSTE AANKOOPERVARING
See, click, pay, binnen een dag thuis geleverd.

FAVORIET AANKOOPKANAAL
Specialist en online. Heeft behoefte aan zekerheid in keuze en gemak.

Gezelligheid

“Ik doe mijn best een positieve rol te spelen in het leven van de mensen in mijn omgeving. Familie, de buurt, de school van de kinderen en de sportvereniging zijn daarbij erg belangrijk.”



AANKOOP-TRIGGERS
Verscheid, goede deal, klasseikers.

AANKOOP-DISLIKES
Te ingewikkeld in onderhoud, te trendy, orgeinteresseerd personeel.

GEWENSTE AANKOOPERVARING
Zelf kunnen voelen en ruiken, keuzevrijheid en bevestiging kwaliteit door de bloemist.

FAVORIET AANKOOPKANAAL
Bloemist en supermarkt.
Heeft behoefte aan informatie en gemak.

Natuur

“Familie, hechte vriendschap en mijn connectie met de natuur staan altijd aan de basis van alles in mijn leven.”



AANKOOP-TRIGGERS
Natuurlijke looks, planten die goed zijn voor de natuur, in seizoen, goede prijs.

AANKOOP-DISLIKES
Dudelijk geimporteerd, niet-duurzame verpakkingen, gebruik van pesticiden.

GEWENSTE AANKOOPERVARING
Over plant gelezen die goed is voor bijen, gevonden en gekocht op de lokale markt, in de tuin gezet en genoten van de bijen die eromheen zwermen.

FAVORIET AANKOOPKANAAL
Bloemist, lokale boerenmarkt, rechtstreeks van de kweker. Heeft behoefte aan expertise en zekerheid.



“We scoorden een 9,5 voor mysteryshopping!”

Aktief Bloemsierkunst over STAP

Aktief Bloemsierkunst is al 24 jaar een begrip in Almere. Vier jaar geleden kreeg Nicole Gaarlandt de kans deze mooie winkel over te nemen. Voor Nicole was dat een soort ‘thuiskomen’, want in deze winkel had ze vroeger gewerkt. Daarmee kwam een droom voor haar uit, want vanaf haar 12de wist Nicole al dat haar toekomst in de bloemen zou zijn. Samen met haar partner en twee fantastische medewerkers vormen ze een hecht team. Omdat ze zich graag wil blijven ontwikkelen, maakt ze gebruik van STAP.

Goed op weg

“Via VBW werd ik op STAP gewezen. Relatiebeheerder Annelieke Leijstra van VBW heeft de analyse gemaakt. Mysteryshopping is ook een onderdeel en dat vonden we best spannend. Gelukkig scoorden we erg goed (9,5)!”

“Vanuit de marktanalyse kwamen waardevolle gegevens naar voren over ons (potentiële) marktgebied en het type klant waar we ons meer op konden richten. In Almere zijn er veel nieuwe wijken gebouwd. Duurzaamheid bleek in deze wijken een belangrijk thema te zijn en daar zijn we dan ook direct mee aan de slag gegaan. Het heeft ertoe geleid dat we nu de eerste duurzame bloemist in Almere zijn, bekroond met een zilver Barometer-certificaat. Dit heeft ons inmiddels veel nieuwe klanten en publiciteit opgeleverd.”

> 'Het heeft ertoe geleid dat we nu de eerste duurzame bloemist in Almere zijn.'





Meegaan met de trends

“Naast ons uitgebreide assortiment bloemen, verkopen we tegenwoordig ook diverse kruiden en eetbare bloemen. Dit spreekt ook aan bij de doelgroep. Het assortiment grote planten hebben we ook sterk uitgebreid. Ik ben soms verbaasd hoe goed dat loopt. De informatie uit STAP heeft ons geholpen om onze markt veel beter te bedienen.”

Kan het iedereen aanraden

Het enthousiasme van Nicole werkt aanstekelijk. De doelen die ze zich in eerste instantie had gesteld zijn inmiddels (groten-deels) behaald, maar er is geen tijd om achterover te leunen. Voor Nicole is het tijd om aan STAP 2 te gaan beginnen. Ze raadt al haar collega’s aan om ook met STAP aan de slag te gaan. “Je moet tenslotte blijven vernieuwen en altijd scherp blijven!”

Ondernemen is de juiste STAP zetten

STAP is het ondersteuningsprogramma van VBW dat je helpt bij de groei naar een beter rendement. Deelname is gratis. Kijk voor alle details op **vbw.nu/stap**.

stap | STRATEGISCHE ANALYSE & PLAN

Stichting Sociaal Fonds Bloemenspeciaalzaken



VBW en Fleurop in gesprek over 'Fleurop 2020'

In de afgelopen weken heeft Fleurop de plannen voor de toekomst bekend gemaakt onder de noemer 'Fleurop 2020'. Met meer aandacht op een uniforme uitstraling, sterke focus op vakmanschap en kwaliteit, maar ook meer verplichtingen voor de bloemist. Dit heeft de nodige reacties teweeggebracht onder de bloemisten.

Bloemisten stellen zich vooral de vraag of Fleurop deze veranderingen "zomaar" en gevoelsmatig eenzijdig mag doorvoeren. Deze vraag, als ook de roep om een evenwichtiger balans in rechten en plichten en meer oog voor de kleinere bloemist die hogere tarieven en meer verplichtingen niet zo gemakkelijk kan waarmaken werden door veel ondernemers bij VBW neergelegd. In een goed gesprek met Fleurop zijn de vragen en zorgen van bloemisten besproken.

Fleurop 2020

Vanuit VBW is aangegeven dat het een goede zaak is wanneer Fleurop plannen ontwikkelt voor de toekomst. Daarbij gaat het vooral om het versterken van het imago en de positie. Fleurop wil daarmee extra aandacht schenken aan zaken als vakmanschap, gemak, kwaliteit en duurzaamheid.

VBW doet daarbij de juridische toets in hoeverre Fleurop heeft gehandeld in lijn met haar eigen statuten en formele kaders van de coöperatieve vereniging in het algemeen. Met daarbij ook een verduidelijking welke "rechten" de individuele en gezamenlijke leden van Fleurop hebben.

De wijze waarop e.e.a. nu is verwoord in de samenwerkings-overeenkomst en het handboek is ook onderwerp van gesprek geweest. In de overeenkomst en het handboek mag/moet volgens VBW een betere balans komen tussen rechten en plichten van Fleurop en de bloemist.

VBW heeft vervolgens bij Fleurop erop aangedrongen nogmaals de (commerciële/financiële) voorwaarden van Fleurop 2020 te bezien, omdat ook de kleine Fleurop-ondernemers graag lid willen blijven, maar met het huidige voorstel grote moeite hebben.

Vervolg

Afgesproken is dat VBW medio augustus de juridische check heeft afgerond en een vervolggesprek met Fleurop zal hebben. Via de digitale nieuwsbrieven van VBW houden we jullie op de hoogte van de ontwikkelingen.

Arbeidsongeschiktheid? Dat regelen we met elkaar

"Ik wil me kunnen indekken tegen de financiële gevolgen wanneer ik arbeidsongeschikt word, maar het moet wel betaalbaar zijn. Ik wil zekerheid tot mijn pensioenleeftijd en goede begeleiding bij mijn herstel".

Om aan dat verzoek te kunnen voldoen hebben VBW en VBW Risk een compleet nieuwe oplossing voor AOV ontwikkeld; het AOV Collectief voor VBW-leden.

Hoe werkt het?

Ieder VBW-lid mag zich bij het AOV Collectief aanmelden. Het AOV Collectief is een combinatie van een vereniging en een collectieve AOV. Deelnemers leggen samen geld in en vanuit die pot krijgen ondernemers, die arbeidsongeschikt worden, maximaal twee jaar een schenking. Dat lijkt op het broodfonds, maar met het AOV Collectief gaan we een stap verder door de koppeling met een AOV. De verzekeraar neemt namelijk de uitkering na twee jaar arbeidsongeschiktheid over. Op die manier hebben alle deelnemers de zekerheid van een inkomen tot aan de pensioenleeftijd, maar niet de kosten van een reguliere AOV. Een ander voordeel van deze koppeling is de betrokkenheid van een medisch adviseur bij ziekmeldingen. Een veel voorkomende reden van arbeidsongeschiktheid is mentale overbelasting. Als je niets geregeld hebt, hoe ga je dan werken aan je eigen herstel? Met het AOV Collectief is er van het begin af aan medische begeleiding en advies.

> 'Alle deelnemers hebben de zekerheid van een inkomen tot aan de pensioenleeftijd, maar niet de kosten van een reguliere AOV.'

Met z'n allen

De eerste deelnemers hebben zich al aangemeld. Onder hen Timo en Annemieke van 'Berghroos Bloembinderij' uit Purmerend. Timo: "Het is nu bijna een jaar geleden dat mijn compagnon Annemieke en ik 'Berghroos' hebben overgenomen. Dat was zeker in het begin een hele drukke tijd, maar nu het stof is neergedaald wilden we ook de financiële risico's goed gaan regelen. Ik zocht op de website van VBW naar informatie



Timo en Annemieke van 'Berghroos Bloembinderij'

en vond het AOV Collectief. Dat sprak me meteen aan. Mooi om de eerste twee jaar zo met elkaar op te vangen. Ik ben nog wel naar de bank geweest om te vergelijken. Maar de premie die ze daar vroegen was veel hoger. Vooral voor Annemieke aangezien zij ouder is dan ik. Voor ons was de keuze snel gemaakt."

Vraag vrijblijvend een offerte aan

Wil je weten of het AOV Collectief ook iets voor jou is? Ga dan naar **vbw.nu/aov** of neem contact op met VBW Risk, (030) 2848610 of info@vbwrisk.nl.



“Meedoen is belangrijk, winnen is fantastisch!”

De Bloemenvink wint ‘Bloemist van het Jaar 2019’

De website van Bart en Judith Ebbers van De Bloemenvink uit Leidschendam zegt veel over hun bedrijf: ‘Bloemen roepen emoties op: voelen, beleven, genieten, vertederen, verwonderen. Laat ons met bloemen uiting geven aan wat u wilt zeggen.’ Deze passie en beleving, samen met de inzet van een geweldig team, hebben ertoe geleid dat ze winnaar zijn geworden van de verkiezing ‘Bloemist van het Jaar’. Wij spraken met de winnaars.

Meedoen betekent ook ervoor gaan

Judith: “Begin dit jaar stelden we onszelf de vraag of we weer zouden gaan deelnemen. Hoewel je natuurlijk iedere dag het beste van jezelf probeert te geven binnen het bedrijf, betekent deelname toch net even die extra druk. We zijn nogal perfectionistisch van aard, dus meedoen betekent in dat geval ook het beste eruit halen. Nadat we het hadden besproken met ons team besloten we de uitdaging weer aan te gaan. Dit werd voor ons de derde keer. We konden dus de voorgaande ervaringen goed gebruiken bij deze nieuwe uitdaging.”

Het traject

“Met name de mysteryshopper is altijd weer spannend. Op een gegeven moment zie je iedere onbekende klant als DE mystery-shopper. Klantvriendelijkheid staat bij ons hoog in het vaandel, maar zeker bij de mysteryshopper wil je geen steekje laten vallen. Hoewel we hem of haar niet hebben herkend, hebben we een prachtig resultaat gescoord.





Het bericht dat we één van de finalisten waren, werd met applaus ontvangen. Het bezoek van de vakjury was de volgende horde in deze wedstrijd. Dit bezoek bracht spanning met zich mee. Natuurlijk is het enerzijds een momentopname, maar anderzijds ook een test die betrekking heeft op je gehele bedrijfs-voering. Het bezoek van de vakjury hebben wij enorm positief ervaren. De jury had zich heel goed voorbereid en kwam met gerichte vragen. Ze namen volop de tijd en waren oprecht geïnteresseerd in ons bedrijf en filosofie. Of dat goede gevoel wederzijds was, moesten we natuurlijk afwachten.
Het afwachten duurt dan best wel lang...“

De ontlading

“Tijdens het VBW Ondernemersevent ‘Bloemist op scherp’ steeg de spanning tot een kookpunt. Toen de uitslag bekend werd gemaakt was het een geweldig gevoel. Het juryrapport had volop lovende woorden, waarbij de conclusie werd getrokken dat het ‘ondernemersenthousiasme’ aantoonbaar aanstekelijk werkt en de winkelformule tot in detail is afgestemd op de in de omgeving aanwezige consumentengroepen”.

“Wat er vervolgens allemaal op je afkomt is overweldigend. Klanten feliciteren je met allerlei cadeaus, de landelijke radio heeft gebeld en de lokale media heeft er volop aandacht aan besteed. Hoewel we de winkel al 30 jaar hebben zien we ineens veel nieuwe gezichten. Je klanten willen graag bij de winnaar horen. De titel en al die reacties zijn een mooie kroon op je werk. Datzelfde geldt natuurlijk ook voor ons team waar we iedere dag weer topprestaties proberen te leveren. Ook voor hen was het een duidelijke blijk van waardering”.

> 'Hoewel we de winkel al 30 jaar hebben zien we ineens veel nieuwe gezichten. Je klanten willen graag bij de winnaar horen.'

“Speciaal voor de klanten hebben we na de winst een klanten-dag georganiseerd. Dat doen we wel vaker, maar nu met een extra feestelijk tintje. Onze medewerkers verzorgden deze dag diverse interactieve workshops. Inmiddels hebben we ook al veel collega’s over de vloer gehad en dat levert weer hele leuke contacten op.”

Meedoen is belangrijk, winnen is fantastisch

Op de vraag waarom De Bloemenvink ‘Bloemist van het Jaar’ is geworden, hoeft Judith niet lang na te denken: “Bart en ik vormen een heel goed team waarbij we ieder onze eigen taken hebben en elkaar prima aanvullen. We hebben een geweldig team om ons heen die een vertrouwd gezicht zijn naar onze klanten. Er wordt meegedacht met de klant en we blijven ons ontwikkelen, iedere dag weer. Het bewijs is geleverd dat dit zijn vruchten heeft afge-worpen en ook voor de toekomst zullen we dat zeker blijven doen.”

Wie een kijkje wil nemen bij Bart en Judith is van harte welkom. De Bloemenvink is gevestigd aan de Rietvinklaan 2 te Leidschendam.

Wie wordt het '(Verkoop) team van het jaar'?

Gratis deelname


[Foto: Rick Mandoeng]

Willen jullie alles uit het team halen en nog beter samenwerken met elkaar? Meld je dan aan voor de wedstrijd '(Verkoop)team van het Jaar' die in 2020 plaatsvindt.

De wedstrijd kent twee opdrachten:
Opdracht 1 (voorjaar 2020): Bedenk met je team een leuke voorjaarsverkoopactie en voer deze uit. De uitvoering van de actie wordt beoordeeld door een vakjury. Daarbij wordt gekeken naar de impact van de actie, de promotie ervan en uiteraard: de resultaten!

Opdracht 2 (zomer 2020): Bedenk samen met je team een leuke zomeractie en voer deze uit. Beoordeling vindt plaats door de vakjury en een mysteryshopper.

Tussendoor organiseert VBW voor alle deelnemende teams een leuk uitje. Op het landelijke vakevent 'Florall Inspiration' wordt de winnaar bekend gemaakt (najaar 2020). Het winnende team krijgt een geweldige TEAMbeloning.

Ook meedoen?

Bekijk alle details op **vbw.nu/teamvanhetjaar**.
Hier kan je je ook aanmelden.

Stichting Sociaal Fonds Bloemenspeciaalzaken

Jarina Bloemenboetiek heeft zich al aangemeld!
Al 28 jaar is Jarina Bloemenboetiek gevestigd in De Wijk en 8 jaar geleden is een tweede winkel geopend in Staphorst. Eigenaresse Jarina Holterman geeft aan dat ze totaal 9 medewerkers in dienst heeft. "Onze winkels kenmerken zich door een grote verscheidenheid aan bloemen, potterie en cadeauartikelen. Bloemwerk hebben we op verschillende tafels in ruime keuze altijd klaar staan. Hier komen onze klanten speciaal voor en hebben we een naam in opgebouwd."

> 'We hebben een geweldig team, en juist deze wedstrijd zal dat nog verder versterken.'

Jarina werd geprikkeld voor deze wedstrijd tijdens het Ondernemersevent van VBW 'Bloemist op scherp'. "Deelname betekent voor ons een uitgelezen kans om alles weer goed op scherp te zetten, heel bewust met de winkel bezig te zijn en ook om meer omzet te kunnen genereren. We hebben een geweldig team, en juist deze wedstrijd zal dat nog verder versterken. We vinden het gewoon ook hartstikke leuk om deze uitdaging met elkaar op te pakken." Ideeën zijn er al volop, maar Jarina houdt die graag nog even voor zichzelf.

Natuurlijk meedoen
Jarina roept alle collega's op om ook mee te doen!: "Het is leerzaam en leuk. Je krijgt een andere betrokkenheid met je medewerkers en ook je klanten. Natuurlijk gaan we daarbij ook voor een mooie omzetstijging."

We wensen Jarina en alle andere deelnemers alvast heel veel succes!



Het team van Jarina Bloemenboetiek



Een uitstekend tweede kwartaal, maar..

Flow

Flow Accountants komt tot de conclusie dat het een uitstekend kwartaal is geweest, met een gemiddelde omzetplus van 2,4%. Het goede tweede kwartaal heeft echter het eerste kwartaal niet kunnen compenseren. Daarmee blijft de omzet over het eerste half jaar achter bij vorig jaar.

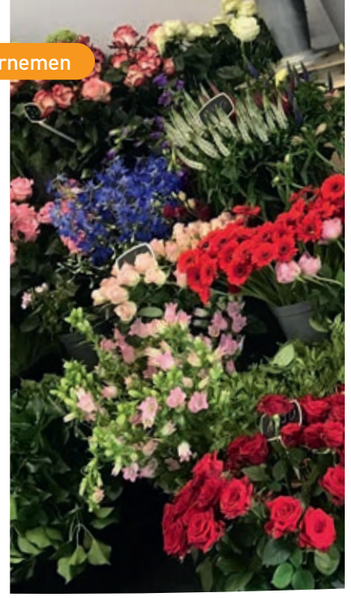
Pasen een belangrijke pijler
Francesco de Haan van Flow Accountants: "Dit jaar viel Pasen in het tweede kwartaal, waar het vorig jaar nog binnen het eerste kwartaal viel. Dat is slechts één reden van de mindere cijfers in het eerste kwartaal. Pasen was dit jaar erg warm en dat kwam de verkoop niet ten goede. Dus ondanks een stijging in het tweede kwartaal, was dit niet voldoende om na een half jaar weer in de pas te lopen met vorig jaar. Na het eerste half jaar lopen we gemiddeld nog 2,6% achter op vorig jaar. Uit de cijfers blijkt dat juni een lastige maand is geweest, mede veroorzaakt door een periode van warm weer."

Consumentenvertrouwen
"Jaren achter elkaar is er in de branche een plus gerealiseerd. Dit jaar hopen we nog wel op hetzelfde resultaat als 2018 uit te komen, maar dan moeten wel alle zeilen worden bijgezet. Het consumentenvertrouwen is afgenomen. Hoewel de economie nog steeds goed draait, zie je de consument toch anders met zijn geld omgaat en wordt er onder andere meer besteed aan het aflossen van leningen en hypotheken. De consument heeft dit jaar ook te maken met een stijging van de kosten (BTW-verhoging en overige vaste lasten). Dit zorgt voor bewustere en voorzichtere keuzes in de overige uitgaven."

Brutomarge en aantal klanten
Hoewel de omzet over het eerste half jaar minder is, is de brutomarge gestegen met 0,3%. Dit geeft aan dat de bloemist goed is omgegaan met de met de BTW-verhoging van 6 naar 9%. Wel zien we een trend dat het aantal klanten afneemt maar de gemiddelde besteding toeneemt. Dit is niet per definitie goed. Opgevallen in het eerste halfjaar is dat we de loonkosten (aanzienlijk) hebben zien stijgen met 8,2% (1,8% van de omzet). Dit komt onder andere door de CAO-verhogingen en de krapte op de arbeidsmarkt. Deze trend zal zich de komende tijd voortzetten.

> 'Laat de juiste mensen, de juiste dingen doen op de goede momenten van de dag.'

Tips
"Hou de klantenaantallen en gemiddelde besteding goed in de gaten. Het ideale plaatje bestaat uit hetzelfde aantal klanten die net iets meer bij je besteden. Naast de creativiteit en de service moet natuurlijk de prijs-kwaliteitverhouding goed zijn. Daarnaast is het belangrijk om de arbeidsproductiviteit nauwlettend in de gaten te houden. Eigenlijk moeten we constateren dat de omzet per gewerkt uur omhoog moet. Dit betekent dat je bewust om moet gaan met de inzet van de medewerkers. Laat de juiste mensen, de juiste dingen doen op de goede momenten van de dag. Oftewel, probeer iedereen binnen je bedrijf zo efficiënt mogelijk te laten werken. Daar zit de echte winst!"







“Met DC Automatisering bespaar ik tijd en geld”

Henk Ganzeman bloemsierkunst is al jarenlang een begrip in Wijk bij Duurstede en omgeving.

Naast een uitgebreid assortiment bloemen en planten vind je hier ook bijzondere home-decorations, zoals designvazen en -potten. Naast een mooie winkel en een goed assortiment zijn er meer belangrijke zaken voor een goede bedrijfsvoering. Bedrijfsmatige automatisering is daarbij niet meer weg te denken. Toekomstig eigenaar Chiel de Mie verzorgt onder meer een deel van de boekhouding binnen het bedrijf. Naast het helpen in de winkel verzorgt hij ook de administratie binnen het bedrijf. Chiel is al jaren naar volle tevredenheid klant bij DC Automatiseringsgroep.

Sinds jaar en dag

“Wij waren al jaren klant bij DC Automatiseringsgroep (DCAG) onder andere voor de rouwlinten en inktrollen. Sinds 2004 zijn we ook de software voor de debiteurenadministratie gaan gebruiken. Voorheen was dit dubbel werk omdat de debiteuren handmatig moesten worden ingevoerd in het programma dat we gebruikten. Voor mij is het belangrijk dat dat alles in één systeem zit. Dat maakt het makkelijk, overzichtelijk en werk efficiënt.”

Cijfers zijn de spil van je bedrijf

“Je stuurt je winkel aan op de cijfers. Door een goed overzicht te hebben, op ieder gewenst moment, heb je altijd grip op de geldstromen. Factureren en aanmanen gaat allemaal via het systeem van DCAG. Je kunt het zelf helemaal inregelen, maandelijks of wekelijks facturen sturen, digitaal of geprint. Zo heb je op ieder moment inzage. Dit kun je meteen vergelijken met voorgaande jaren. De tijd die je hiermee bespaart kun je stoppen in je winkelactiviteiten.”

DC lintenprinter

Met de DC Lintenprinter heb je veel mogelijkheden om zelf de mooiste linten direct te printen. “Klanten die rouwwerk bestellen en het direct mee willen nemen kunnen hierop wachten. Je print de linten in de gewenste lettertypen, kleuren en afmetingen. Dit wordt door de klant enorm gewaardeerd.”

Tip van Chiel

“Maak eenskennis met DC Automatiseringsgroep. Ze kunnen de producten en diensten helemaal op jouw wensen en voorkeuren afstemmen. DCAG is een zeer betrouwbare partner, ze zijn klantvriendelijk en de producten zijn top. Prijs/kwaliteitsverhouding is volledig in balans. Daar spaar je tijd en geld mee uit!”

DC AutomatiseringsGroep

Edwin van der Hulst is blij met nieuwe bedrijfsauto

”Met de VBW-korting kon ik de garantietermijn verlengen”

‘Bloembinderij Edwin’ is een begrip in Diemen en omgeving. Eigenaar Edwin van der Hulst zit al 40 jaar in het vak. Hij heeft vroeger winkels gehad, maar richt zich sinds 13 jaar alleen nog op de zakelijke markt. Dit doet hij vanuit een bedrijfspand in Diemen.

Aan vervanging toe

Voor de ‘daily business’ beschikt Edwin over twee bedrijfsauto’s: een grote bestelbus en een kleine bezorgauto. De bezorgauto was onlangs aan vervanging toe. Omdat hij al jaren tevreden klant is bij Renault, wilde hij opnieuw voor een Renault gaan. Na goede voorlichting van de dealer viel de keuze niet op een Renault, maar op een Dacia Dokker. Naast de kwaliteit en service, sprak ook het VBW-ledenvoordeel Edwin aan.

> ‘Kwaliteit staat voorop, maar natuurlijk moet je ook de kosten goed in de gaten houden.’

Besparen

“Bedrijfsauto’s zijn binnen onze branche onmisbaar. Het is daarom belangrijk dat je er altijd op kunt vertrouwen. Kwaliteit staat voorop, maar natuurlijk moet je ook de kosten goed in de gaten houden. Met de VBW-ledenkorting die ik nu kreeg, kon ik mijn garantietermijn verlengen. Dus daar is het geld weer goed mee besteed.” In het kader van de besparing, maakt Edwin ook al jaren gebruik van de VBW brandstofpas: “Als ik doorreken wat het me op jaarbasis scheelt, dan gaat dat om aanzienlijke bedragen. Het is toch zonde om dat te laten lopen.”

Elektrisch

Edwin heeft zich ook laten informeren over elektrisch rijden. “Ik hou me veel bezig met duurzaamheid en ben zilver gecertificeerd duurzame bloemist. Ik wil op termijn naar goud toe en om dat te behalen, kan ik met elektrisch rijden extra punten behalen. Voor nu kwam dat alleen nog te vroeg. Ik gebruik mijn auto’s zo intensief en kom daarom op dit moment nog in de knel met de actieradius en de oplaadtijd. Wel zijn mijn nieuwe auto’s zo schoon dat ik daar de komende jaren nog prima mee door Amsterdam kan rijden.”

VBW-ledenvoordeel verhoogd op Renault en Dacia!

Wil jij ook profiteren van de samenwerking tussen Renault en VBW? Slimme keuze. En leuk nieuws! De kortingen zijn verhoogd tot 29%. Kijk voor alle informatie op **vbw.nu/renault** of neem contact met je lokale Renault-dealer en vraag naar de bloemistendeal.

RENAULT Passion for life | DACIA





“Bij Plantion slaag ik altijd!”

Na 10 jaar gewerkt te hebben bij ‘Holland Bloemenland’ in Den Dolder, kreeg Chantal Klinkenberg in 2018 de mogelijkheid om de winkel over te nemen. Een langgekoesterde wens ging in vervulling. De winkel werd helemaal verbouwd, de doelgroep werd aangepast naar het middensegment en aan het assortiment werden handgemaakte vazen, potten en specifieke geurkaarsen toegevoegd. De naam werd veranderd in ‘Bloemen van Chantal’.



Chantal Klinkenberg

Kopen bij Plantion
Met de overname van de winkel heeft Chantal ook de plaats op de veiling overgenomen. De vorige eigenaar was al 20 jaar een tevreden klant bij Plantion. Inkopen was voor Chantal helemaal nieuw: “In de aanloop naar het zelfstandig klokken, ben ik heel goed begeleid door Patricia Willemsen en Gerrit Kremer van Plantion. Ik kreeg uitleg over de werking van de klok en de beste manier van inkopen. De eerste keer was dit natuurlijk hartstikke spannend, maar ik voel me er inmiddels helemaal thuis. Het prettige van Plantion is dat het kleinschalig is en daarmee overzichtelijk en persoonlijk.”

“Plantion is in principe mijn enige leverancier. Indien ik hier bepaalde bloemen niet kan krijgen, dan ga ik naar het groothandelscentrum en vind daar meestal wel de aanvullende bloemen die ik zoek. Op de marktplaats in Ede slaag ik dus bijna altijd.”

Gratis VBW-lidmaatschap voor klokkopers Plantion
Wil je weten wat Plantion voor jou kan betekenen? Kijk dan eens op de website en neem vrijblijvend contact op (www.plantion.nl). Voor VBW-leden die op de klok in Ede inkopen, geldt dat Plantion de VBW-contributie betaalt. Mooi meegenomen dus!

Plantion

‘Bedankt Plant-campagne’ keert terug. Haak jij ook in?

Dit najaar keert de succesvolle ‘Bedankt Plant-campagne’ terug. Via diverse landelijke media wordt in oktober door Bloemenbureau Holland opnieuw aandacht gevraagd voor het geluk dat planten ons geven. En jij kan inhaken!

Sapje
Om de waarde van een goede gezondheid extra te onderstrepen, wordt dit keer samengewerkt met ‘Sapje (www.sap.je)’.

Sapje is een innovatief, jong bedrijf dat verse slowjuice groentesappen maakt voor een gezonde levensstijl.
Bij aankoop van een plant in jouw winkel, maken klanten kans op 1 van de 25 ‘Sapje-detoxkuren’ t.w.v. €110,- of 1 van de 50 luchtzuiverende ‘Air So Pure’-planten met pot. Een extra reden om bij jou planten te kopen dus!

Promotiepakket
Voor deelnemende bloemisten is een leuk promotiepakket samengesteld. Dit pakket bestaat uit:

- Stoepbordposters
- Een baliedisplay (voor op de toonbank of in de winkel)
- Actievouchers
- Een ‘sap-jar’
- Afbeeldingen voor social media (tijdlijn en stories)
- Vermelding op de winkelzoeker van mooiwatplantendoen.nl

Je kan het pakket aanvragen via de website van VBW Marketing (**www.vbwmarketing.nl**). Het pakket heeft een waarde van €75,- en per pakket vragen we een een kleine bijdrage van €12,50.

Air So Pure-plantendisplay
Om in jouw winkel extra aandacht voor deze campagne te vragen, is door kwekerscollectief ‘Air so Pure’ een speciale plantendisplay ontwikkeld. In de display kunnen 2 planten en 1 sap-jar worden geplaatst. De displays zijn verkrijgbaar via Waterdrinker Aalsmeer en Bab Star Jr.



Doe jij mee?
Meld je dan uiterlijk 15 september aan. Omstreeks 26 september ontvang je het promotiepakket. Op 1 oktober gaat de campagne van start en zal t/m 20 oktober ‘live’ zijn.

Deze campagne is een gezamenlijk initiatief van:

“De posters passen perfect bij onze winkel!”

VBW Marketing zorgt ervoor dat jouw winkel lokaal zichtbaar wordt. En dat is belangrijk, want als jij lokaal onder de aandacht bent van jouw potentiële klant dan weten ze jou makkelijk te vinden. VBW Marketing biedt je verschillende producten aan die perfect hierbij aansluiten. Ook de aansluiting op de marktanalyse van STAP is gewaarborgd. Zijn in de directe omgeving van jouw winkel klanten te vinden die ‘gezelligheid’ belangrijk vinden, of juist ‘status’? VBW Marketing zorgt ervoor dat je met de juiste communicatie-uitingen precies jouw doelgroep bereikt.

Het gemak van VBW Marketing is dat je er als ondernemer op verschillende manieren gebruik van kan maken. Wil je een jaarrond ontzorgd worden? Inclusief een op maat gemaakt lokaal plan en een marketingjaarkalender? Dan heeft VBW Marketing een aantal zeer aantrekkelijke marketingabonnementen.

Of ben jij de ondernemer die liever zelf een planning maakt of acties bedenkt, maar heb je wel behoefte aan een professionele uitwerking? Of heb je af en toe drukwerk nodig? Dan kun je op VBWmarketing.nl heel gemakkelijk bestellen inclusief de mogelijkheid om het door VBW Marketing te laten ontwerpen.

Heb jij vooral behoefte aan online content? Ook daarvoor heeft VBW Marketing een interessant aanbod. Vanaf €7,50 per maand ontvang je het hele jaar door goede content die helemaal is afgestemd op jouw doelgroep. Die content kun je zelf op je ‘socials’ plaatsen (of dat laten verzorgen door VBW Online).

Kennismaken?
Wil je kennismaken met VBW Marketing of heb je een concrete vraag? Kijk dan op **vbwmarketing.nl** of bel naar 0113 70 02 02.

VBW Marketing wordt uitgevoerd door Trainews Media

'Actuele posters die door klanten worden gewaardeerd!'

Dick Hagestein van de gelijknamige bloemenwinkels uit Oostvoorne en Brielle neemt via VBW Marketing een abonnement af, waarmee hij elke week kan beschikken over nieuwe stoepbordposters. "Ik ben er super blij mee. In jaren heb ik niet zo'n passend promotiemateriaal gehad. Het is altijd actueel en past perfect bij wie de bloemist is. Het spreekt onze klanten aan!"





VBW is verhuisd

Per 29 augustus hebben wij ons nieuwe pand betrokken.

Ons nieuwe adres is:
VBW
Horaplantsoen 20
6717 LT Ede

Onze contactgegevens blijven ongewijzigd:
T: 0318-527568
E: info@vbw.nu

Volop (ondernemers)trainingen dit najaar!

Op welk vlak wil jij je ontwikkelen? Wil je je leiderschaps-kwaliteiten verbeteren? Of wil je meer handvatten voor het voeren van een jaargesprek? Of je tijd efficiënter benutten? Dan is dit je kans!

VBW biedt diverse trainingen voor ondernemers en medewerkers! Welke training ga jij dit najaar volgen? Een greep uit ons aanbod:

Training leiderschap (1 dagdeel):
- 4 september – Aalsmeer
- 12 september – Venlo
- 18 september – Eelde
- 19 september – Heerlen
- 25 september – Ede

Hoe voer je een jaargesprek? (2 dagdelen)
- 17 oktober en 7 november – Ede

Timemanagement (2 dagdelen)
- 16 oktober en 6 november – Ede



De trainers van DQC, René en Michelle Raadsheer

Interesse?
Meld je dan snel aan via onze website. Bekijk het volledige aanbod op **vbw.nu/trainingen**

Het VBW Trainingsprogramma wordt uitgevoerd door DQC en mede mogelijk gemaakt door:

Stichting Sociaal Fonds
Bloemenspeciaalzaken

Smithers-Oasis

De bloemenvoeding goed doseren geeft een kwaliteitsboost


Foto: Manon de Jong

Bloemen hebben een goede verzorging nodig. We willen tenslotte allemaal de beste kwaliteit bieden aan onze klanten, zodat de bloemen zo lang mogelijk mooi blijven. De Floralife®-producten van Smithers-Oasis bieden hier uitstekende ondersteuning bij.

Eigen winkel

Ilona Oostenveld uit Makkum (Friesland) is al sinds haar vroege jeugd iedere dag bezig met bloemen en planten. Ilona is bloemstyliste en zeer actief op verschillende terreinen. Ze verzorgt workshops, heeft aan de nodige wedstrijden meegedaan en zelfs voor complete bruiloften kun je bij haar terecht. Voorheen deed ze dit vanuit een atelier, maar sinds 13 juni van dit jaar heeft ze een langgekoesterde wens in vervulling zien gaan en heeft ze haar eigen winkel in Makkum.

Geen betere reclame denkbaar

"Ik maakte al langer gebruik van de Floralife bloemenvoeding. De voeding diende ik toe via een handpomp. Dat werkte op zich goed, maar kostte me best veel tijd en je moet er erg consequent mee omgaan. Ik werd er door Smithers-Oasis op geattendeerd dat er ook een volautomatisch systeem verkrijgbaar was. Hoewel het natuurlijk best even een investering is, was ik ervanovertuigd dat dit systeem voor mij een uitkomst was.


foto: Fred Roest

Inmiddels gebruik ik het al enige tijd en het verschil is overduidelijk. Bloemen blijven gewoon veel langer mooi omdat ze precies de juiste dosering voeding krijgen. Van mijn klanten krijg ik regelmatig complimenten over de houdbaarheid van mijn bloemen en boeketten. Ik merk echt dat klanten dit ook aan elkaar vertellen en er is geen betere reclame dan mond-tot-mond reclame."

Ilona gebruikt nog meer producten van Smithers-Oasis. Voor bijzondere stukken zoals rouwwerk, maakt Ilona ook veel gebruik van Floralife® Finishing Touch. Deze spray geeft een mooie en natuurlijke glans aan de bloemstukken en blijven hierdoor ook langer mooi.

VBW Waardecheque

Dankzij de VBW Waardecheque kreeg Ilona een mooie korting van maar liefst € 185,- op het Floralife® Dosing System. Dit hielp zeker mee in de besluitvorming. Wil je meer informatie? Neem dan contact op met Smithers-Oasis.



Smithers-Oasis BeNelux • Europark 1 087 • B-3530 Houthalen • Tel.: +32 (0)11 60 08 60 • Fax: +32 (0)11 60 08 79 • www.oasisfloral.com • belgiuminfo@smithersoasis.com