

'Voor ons geen komkommertijd'

Bedrijf: sense marketing & more

Week: 30

FOTO: FERRY NOORDAM



Maandag

„Volop vakantietijd. Net terug, maar veel klanten gaan nu pas weg. Volop komkommertijd? Nee dus. Juist tijdens hun vakantie zetten klanten ons aan het werk. Met het maken van marktanalyses, plannen en voorbereiden van acties, zodat die gereed liggen bij terugkomst van onze klanten. Zo werken wij nu aan een markt-/klantanalyse en marktstrategie voor een bromfiateler.”

Dinsdag

„Graag zetten wij stagiairs of afstudeerders in. Het is vaak een uitdaging hen enthousiast te krijgen voor de tuinbouw. Het is ook de doelstelling voor de Stichting Youth2Grow, waarvoor wij in het West- en Oostland jongeren met de tuinbouw kennis laten maken en interesseren. Bij ons werkt Wouter Besuijen. Hij is onder de indruk van de tuinbouw en werkt met plezier. En dat terwijl zijn afstudeerproject eerst bij de Playboy zou zijn!”

Woensdag

„Op 28 september vindt het derde Westland Event plaats bij FloraHolland in Naaldwijk. Maar liefst 400 tot 500 Westlandse ondernemers komen hier naartoe. Dit jaar is het thema Marketing. Namens sense marketing & more mag ik een van de work-

shops verzorgen. Samen met drie succesvolle Versmarketeers zal ik de stappen en besismomenten voor een goede marketingaanpak doorlopen met praktische input van Versmarketeer 2011 Robbert de Jong van Honingtomaat, Jeroen Rooders van Fruitmasters en een derde marketeer.”

Donderdag

„Voor het GroentenFruit Bureau werken wij nu aan een campagne voor de appel Elstar. De bekendste en grootste appel van Nederland, maar toch met een teruggang in de afzet. Herkenbaar voor de sierteelt. De telers werken samen met de groothandel, detaillisten en retailers aan een betere positie van deze populaire appel met een beperkt budget. Bij start van de nieuwe oogst is in september twee weken aandacht voor Elstar op tv rondom het RTL Weer, in de winkels en in andere media.”

Vrijdag

„Voor een plantenveredelaar ronden wij de komende weken de marketingstrategie af voor een productgroep. Daarmee vervangt deze strategie de losse concepten en kortstondige acties voor een effectievere langetermijnaanpak. Uiteindelijk een volle week in deze vakantieperiode. Voor ons geen komkommertijd.”