

MEET THE SALES

Gediflora a la saine ambition de créer une valeur ajoutée en offrant à ses clients un produit de **qualité supérieure** issu d'un large et vaste **assortiment**, combiné à un **service** performant dans un climat de **confiance** mutuelle. Il va de soi que tout cela est un travail d'équipe, bien que notre rencontre avec les vendeurs nous apprend que Vincent et René visent toujours plus haut.

Gediflora hat es sich zur Aufgabe gemacht einen Mehrwert zu schaffen indem es seinen Kunden **qualitativ** hochwertige Produkte aus einem einzigartigen, breiten **Sortiment** sowie einen umfassenden **Service** bietet in einem Klima des gegenseitigen **Vertrauens**. Natürlich geht es hier um 'Team-Arbeit', und wenn wir jetzt das Verkaufsteam kennenlernen, wird deutlich, dass Vincent, René und Bernard höchstes Niveau anstreben.

Responsable des ventes pour la Belgique, l'Europe du Sud et l'Asie.

Verkaufsverantwortliche für Belgien, Südeuropa und Asien.

Vincent Verbaeys

« **O**ui, je collectionne beaucoup de *miles*, mais c'est toujours mon emploi de rêve. J'en tire un plaisir quotidien, je voyage autour du monde et je travaille avec un produit très attrayant et de qualité. Quoi de plus beau que de vendre de la beauté ? Et bien que le mot *sales* figure sur ma carte de visite, la formule 'je vends des chrysanthèmes' ne dit pas tout. En Belgique, je travaille comme représentant, ce qui me permet de rester en contact direct avec nos clients. Mais dans les autres pays, ma mission est plus étendue. J'y suis responsable de l'accompagnement et du support de nos agents locaux, de la rédaction des contrats, des formations, du traitement des plaintes, ... Gediflora travaille avec des représentants locaux, sous la direction de l'équipe en Belgique. Chaque pays est, en effet, différent, tant au niveau des personnes que des chrysanthèmes. Ce qui marche bien chez nous, ne marche pas forcément ailleurs et les plantes réagissent différemment à leur environnement ou au climat. Les tailles diffèrent, certains pays préfèrent des chrysanthèmes qui fleurissent pendant la semaine 24, ailleurs ce sera la semaine 42. La France préfère le jaune, la Chine ne veut pas de blanc, ... Les cultures diffèrent et il faut parfois un peu de temps avant de se familiariser avec les habitudes et les exigences de chaque marché. »

« Je suis gradué en biotechnologie et bien qu'il n'ait jamais été question de floriculture chez moi à la maison, les plantes m'ont toujours intéressé. Après un détour dans les substrats, j'ai travaillé pendant quinze ans comme vendeur de fleurs de printemps,

avant d'arriver chez Gediflora il y a trois ans. L'image des chrysanthèmes est un peu limitée chez nous à cause du marché spécifique de la Toussaint, mais j'ai le luxe de découvrir d'autres visions ailleurs dans le monde. De voir des endroits où les Belgian Mums servent de décoration pure et simple ou sont donnés en cadeau, où l'appréciation est tout autre. Chez Gediflora, nous essayons de changer cette perception. Il faudra une génération pour y arriver, mais nous réussissons. »

« Le marché asiatique est important pour nous, parce qu'il est la terre d'origine de notre produit. Parallèlement, nous disposons chez Gediflora de la génétique pour réaliser des produits inédits. Nous introduirons sous peu deux nouvelles familles, avec le focus sur une floraison précoce. J'en attends beaucoup. Ces familles précoces, ainsi que les nouvelles Soul Sisters, conçues pour des pots de petite taille, nous permettront de 'progresser plein pot', au sens figuré bien sûr. Gediflora agit en tout cas comme pionnier. Cette année, nous ajouterons 15 nouvelles sortes à notre catalogue, sans compter les Soul Sisters. D'une part, nous continuons à présenter des nouveautés, d'autre part, il s'agit souvent d'améliorations minimes, mais permanentes. C'est une histoire sans fin et une quête éternelle du chrysanthème parfait. Nous assistons à la naissance de nombreuses innovations, ce qui est fascinant et excitant. Il ne faut pas oublier non plus que, dans cette branche, une carrière offre à peine quarante opportunités. Une par an. Si vous échouez, il faut attendre 365 jours. Quarante, c'est peu ! »



« Ich habe in der Tat durch das Fliegen schon viele Meilen gesammelt, aber es bleibt für mich ein Traumjob. Es bereitet mir noch immer jeden Tag Vergnügen, durch die Welt zu reisen und mit einem sehr attraktiven und qualitativ hochwertigen Produkt arbeiten zu dürfen. Denn was ist schöner, als Schönheit zu verkaufen? Und obwohl auf meiner Visitenkarte 'sales', also als Vertreter tätig, wodurch ich direkten Kontakt zu unseren Kunden halten kann, aber in allen anderen Ländern habe ich noch viele andere Aufgaben. Dort betreue ich unsere lokalen Vertreter und leiste ihnen Hilfe, ich stelle Kontakte her, organisiere Schulungen, bearbeite Beschwerden usw. Gediflora arbeitet mit Vertretern vor Ort, die vom Team in Belgien gemanagt werden. Denn jedes Land ist ja anders, sowohl was die Menschen als auch die Chrysanthemen anbelangt. Was bei uns funktioniert, funktioniert nicht notwendigerweise überall. Zum Beispiel hängt es von den Umständen und dem Klima ab, wie die Pflanzen reagieren. Es gibt verschiedene Größen, und in manchen Ländern will man eine blühende Chrysantheme in Woche 24, in anderen Ländern hingegen lieber in Woche 42. In Frankreich ist Gelb die beliebteste Farbe, in China ist Weiß so gut wie ausgeschlossen. Die Kulturen unterscheiden sich eben voneinander, und es dauert so seine Zeit, die Gepflogenheiten und die Anforderungen der verschiedenen Märkte kennenzulernen. »

« Ich habe einen Abschluss im Bereich Biotechnologie, und obwohl wir zuhause nie Zierpflanzen hatten, habe ich mich immer schon für Pflanzen interessiert. Nach einem kurzen Intermezzo, bei dem ich mich mit Substraten befasst habe, arbeitete ich fünfzehn Jahre als Verkäufer für Frühjahrsblüher, bevor ich vor drei

Jahren zu Gediflora kam. Das Bild der Chrysanthemen ist bei uns ein wenig auf Allerheiligen beschränkt, aber mir wurde glücklicherweise die Möglichkeit geboten, anderswo in der Welt andere Sichtweisen zu entdecken. Ich habe Orte kennengelernt, wo Belgian Mums reine Dekoration sind oder auch verschenkt werden. Wo ihnen eine ganz andere Wertschätzung entgegengebracht wird. Und mit diesen Unterschieden befassen wir uns auch bei Gediflora. Es wird wohl noch eine Generation dauern, bis man bei uns Chrysanthemen anders wahrnimmt, aber wir werden es schaffen. »

« Der asiatische Markt ist für uns ganz besonders wichtig, weil dort die Ursprünge unseres Produkts liegen. Aber gleichzeitig verfügen wir bei Gediflora über die erforderliche Genetik, um Dinge zu tun, die dort niemand kann. Wir führen bald zwei neue Familien ein, wobei wir unser Augenmerk auf eine frühe Blüte richten, und da verspreche ich mir doch einiges von. Mit diesen frühen Familien, aber auch mit den neuen Soul Sisters, einer Familie für kleine Topfgrößen, werden wir großen Erfolg haben. Gediflora ist ja sowie ein Trendsetter. Dieses Jahr sind in unserem Katalog, neben den Soul Sisters, 15 neue Sorten zu finden. Einerseits führen wir also regelmäßig Neuheiten ein, aber andererseits geht es auch oft darum, kontinuierlich kleine Verbesserungen vorzunehmen. Es ist eine nie endende wollende Geschichte und ein ewiges Streben nach der perfekten Chrysantheme. Wir stehen am Beginn vieler Innovationen, und das ist interessant und spannend. Sie dürfen auch nicht vergessen, dass man in seiner beruflichen Laufbahn kaum mehr als vierzig Chancen hat, wenn man in dieser Branche arbeitet. Eine pro Jahr, Scheitert man, muss man wieder 365 Tage warten. Vierzig Mal ist wirklich nicht viel! »

Responsable des ventes pour les Pays-Bas, l'Europe de l'Est et l'Amérique du Sud

Verkaufsverantwortliche für die Niederlande, Osteuropa und Südamerika

René Den Hoed



Mon accent et mon style hollandais ne passent pas inaperçus au cœur de la Flandre occidentale? Eh bien, je suis arrivé ici il y a dix ans via Dirk, le père du CEO actuel, Elien, après avoir travaillé pendant un certain temps comme agent hollandais pour Gediflora. Je travaille souvent à domicile, à proximité de Schiphol, en suivant mon propre planning, mais je viens voir les boutures enracinées toutes les semaines. J'aime être impliqué dans toutes les facettes du travail. L'arrosage, les plantes mères, aller voir les boutures en Afrique, ... Il ne s'agit pas seulement de vendre beaucoup, mais aussi d'être au courant. De plus, nous travaillons avec un produit vivant. Il est dès lors difficile de tout contrôler, d'où l'importance de communiquer ouvertement. Il faut non seulement proposer des produits de qualité, mais être également un expert en la matière. Je travaille avec des chrysanthèmes depuis toujours. Il y a peu de choses qui me sont aussi familières. »

« La transparence, l'honnêteté, ne jamais mentir aux clients, la crédibilité... Nous tentons de construire des relations à long terme, je ne forcerai donc jamais une vente et je ne serai jamais tenté de marchander. Pour moi, c'est clair, nous ne cultivons pas et ne proposons pas des produits de qualité inférieure. Mais cela a un prix. Mieux encore : cela a de la valeur. En fait, tout le secteur, tous les maillons de la chaîne doivent en être conscients. »

« Le marché hollandais a connu une autre évolution que celle du marché belge. La serriculture professionnelle qui privilégie les 'calendriers' de culture y représente 95% du marché. Au printemps, on produit telles plantes, suivies de chrysanthèmes pomponettes et, à partir de la semaine X, d'autres encore.

Dans un tel système, les livraisons doivent être parfaites, j'insiste donc pour avoir des prévisions à temps. Au début, cela posait parfois un problème, mais maintenant les clients y sont habitués. Je planifie leurs prévisions assez tôt, mais je tiens toujours mes promesses. Être très clair, très précis, être toujours aux taquets, écrire des rapports sans jamais, ou rarement, avoir des discussions après coup. C'est ça le style hollandais, non ? »

« Il ne faut jamais baisser les bras. Rien ne perdure si vous ne prenez pas d'initiatives. J'essaie de rester leader, avec une longueur d'avance sur les suivants. Voilà la question principale : comment me sentirais-je en tant que client ? Si un problème se produit, il ne faut pas en chercher les raisons, mais le résoudre. Dire clairement ce qu'il en est, même si le problème se situe chez Gediflora. Cela n'a aucun sens de compromettre la transparence et l'honnêteté. Tout le monde se connaît dans le secteur. C'est pourquoi je préfère appeler le client moi-même s'il y a un problème. Je préfère être au courant si quelque chose ne va pas. Je défends Gediflora, mais je défends également le client. »

« Si on veut jouer dans la cour des grands, il faut faire preuve d'une telle mentalité. Tout doit être au top, point à la ligne ! Je suis convaincu de la qualité de notre produit et j'utilise notre propre force de frappe. Nous proposons des produits de qualité supérieure, pour lesquels j'essaie d'obtenir le bon prix. C'est comme ça que je travaille, c'est mon mode de fonctionnement. Enthousiasmer des gens, donner du support et impliquer nos agents locaux dans notre histoire. Si, moi, je suis enthousiaste. Le reste suivra. »

« Fallt mein niederländischer Akzent – und meine niederländische Art – hier im Herzen von Westflandern auf? Tja, ich bin vor zehn Jahren über Dirk, den Vater des heutigen CEO Elien, hierhergekommen, nachdem ich schon einige Zeit als niederländischer Vertreter für Gediflora gearbeitet hatte. Ich arbeite oft von meinem Zuhause in der Nähe von Schiphol aus, mit einer eigenen Planung, aber jede Woche will ich die bewurzten Stecklinge auch mit eigenen Augen hier sehen. Ich denke gerne mit, über alle Facetten, Bewässerung, die Mutterpflanzen, nach Afrika fahren, um nach den Stecklingen zu sehen usw. Es geht nicht darum, einfach viel zu verkaufen. Ich möchte immer auf dem Laufenden sein. Und natürlich bleibt es ein Produkt mit einem Leben, bei dem wir nicht immer alles steuern können, aber dann muss man eben offen darüber sprechen. Es geht um Qualität, aber auch darum, Experte für sein Produkt zu sein. Ich arbeite schon mein ganzes Leben mit Chrysanthemen. Es gibt wenig, über das ich mehr weiß. »

« Offenheit, Ehrlichkeit, niemals die Kunden anlügen, Glaubwürdigkeit ... wir streben langfristige Beziehungen an, deshalb werde ich niemals versuchen, ein Geschäft unbedingt durchzuboxen, und ich lasse mich auch niemals darauf ein zu feilschen. Schauen Sie, wir produzieren keinen Schund, und ich bemühe mich so weit wie möglich, keinen Schund zu liefern. Und das hat einen Preis. Oder noch besser: Das hat einen Wert. Eigentlich ist es die Aufgabe des gesamten Sektors, von jedem Glied in der Kette, sich dessen bewusst zu sein. »

« Der niederländische Markt hat sich anders entwickelt als der belgische. Bei 95% geht es um professionelle Gewächshauskultur, bei der sehr intensiv mit Anbauprogrammen gearbeitet wird. Im Frühjahr dies, danach die Kugelchrysanthemen, und ab Woche X wieder etwas anderes. Die Auslieferung

muss bei diesem System perfekt sein, und deshalb bestehe ich bei meinen Kunden auch auf frühe Prognosen. Zu Beginn war das schon ab und zu ein Problem, aber mittlerweile sind die Kunden es gewohnt. Ich plane ihre Prognosen früh genug ein, aber dann halte ich auch, was ich verspreche. Man muss deutlich sein, die Dinge richtig machen, immer den Überblick bewahren, alles niederschreiben und selten oder niemals noch im Nachhinein Diskussionen führen. Ob das typisch niederländisch ist? »

« Man darf sich niemals auf seinen Lorbeeren ausruhen. Nichts dauert an, wenn man loslässt. Ich probiere, meine Führungsrolle beizubehalten, denn Verfolger gibt es genug. Die wichtigste Frage ist: Wie würde ich mich als Kunde fühlen? Wenn etwas verkeht läuft, dann sollte man nicht nach den Gründen suchen, sondern Lösungen finden. Man sollte sagen, wo der Fehler liegt, auch wenn der bei Gediflora zu suchen ist. Es hat überhaupt keinen Sinn, bei Transparenz und Ehrlichkeit Abstriche zu machen. Auf dem Sektor kennt jeder jeden. Deshalb rufe ich den Kunden auch gerne persönlich an, wenn es irgendwo hak. Wenn etwas nicht zufriedenstellend ist, dann will ich es auch gerne wissen. Gediflora liegt mir am Herzen, aber auch jeder Kunde liegt mir am Herzen. »

« Schon allein mit dieser Einstellung kann man ganz vorne mit dabei sein. Alles muss vom Besten sein, Punkt. Ich bin von unserem Produkt überzeugt und setze auf unsere Stärke. Wir bieten Spitzenqualität, und dafür versucht man auch, einen angemessenen Preis zu bekommen. So arbeite ich. Und so funktioniert es bei mir. Ich will die Leute begeistern, sie unterstützen und auch unsere Vertreter vor Ort mit einbinden. Wenn ich Begeisterung zeige, kommt der Rest wie von selbst. »

Directeur des ventes pour les États-Unis et le Canada
Verkaufsverantwortliche für die USA und Kanada

Bernard Chodyla



« Contrairement à l'Europe très diversifiée, les États-Unis sont plus uniformes. Les distances sont bien sûr très grandes, mais ils parlent tous la même langue et tous les États ont les mêmes fêtes et coutumes. Les différences, s'il y en a, n'ont pas vraiment d'impact sur la vente de chrysanthèmes pomponettes. Le temps et le climat restent décisifs. Voilà pourquoi il est plus facile de cultiver des Mums sur la côte Est et dans le Midwest. Sur la côte Ouest, la situation est plus complexe. Chaque semaine apporte ses nouveaux défis et opportunités. J'essaie d'y répondre correctement et rapidement. Et le fait de pouvoir collaborer avec quelques grands acteurs du secteur me donne la plus grande satisfaction. »

« Ici, la saison des chrysanthèmes débute déjà au mois d'août et la période de pointe se situe vers la mi-septembre. Ensuite, les températures sont généralement à la baisse et la période de floraison du chrysanthème se termine. Au sud, ils fleurissent plus tard dans l'année et la demande y persiste jusqu'à fin octobre. Au nord, la période d'hiver commence un mois plus tôt. Nous ne sommes donc pas habitués à associer les chrysanthèmes au 1er novembre, bien que certaines personnes les intègrent dans leurs décorations de Halloween. »

« Sur le marché américain des plantes et des fleurs, les importations jouent un rôle essentiel. Les producteurs sont conscients du fait que beaucoup de produits proviennent de l'étranger et n'y voient pas d'inconvénient. Certains préféreraient certes un acteur local, mais les options sont très limitées dans ce domaine. Le marché s'est aussi internationalisé au cours des dernières décennies. Jusqu'aux années nonante, la situation était différente, des chrysanthèmes pomponettes indigènes ayant même le monopole. »

« Je travaille déjà depuis quinze ans dans la production des chrysanthèmes pomponettes avant d'entrer en contact avec Gediflora. Maintenant, je travaille depuis dix ans avec les Belgian Mums. J'ai donc accumulé les expériences pendant un quart de siècle, ce qui me permet de bien comprendre ce que les clients recherchent et à quels défis ils sont confrontés. Je suis vraiment persuadé que Gediflora est un acteur de choix qui s'est créé un solide avantage compétitif à force d'innover et d'évoluer. Il est évident que nous devons continuer à évoluer comme nous le faisons maintenant, avec de nouvelles variétés et surtout, un service client de très haute qualité. »

Gediflora est un acteur très compétitif et toujours innovant.

« Im Gegensatz zum ziemlich heterogenen Europa bilden die Vereinigten Staaten eher eine Einheit. Obwohl die Entfernungen natürlich sehr groß sind, sprechen wir überall dieselbe Sprache, und jeder Staat kennt die gleichen Feiertage und Bräuche. Die Unterschiede, die trotzdem noch bestehen, wirken sich nicht unmittelbar auf den Chrysanthemenverkauf aus. Das Wetter und das Klima spielen jedoch eine sehr wichtige Rolle, denn hier wird deutlich, dass es leichter ist, an der Ostküste "Mums" zu kultivieren als im Mittleren Westen. An der Westküste ist es noch komplizierter. Jede Woche bringt mit anderen Worten neue Herausforderungen und neue Möglichkeiten mit sich. Auf die Weise ich, richtig und schnell einzugehen, und dass ich das mit Spitzenleuten aus der Branche tun kann, ist für mich vielleicht die größte Genugtuung. »

« Die Chrysanthemensaison beginnt hier schon Anfang August. Die Hochsaison wird etwa Mitte September erreicht. In der Regel sinken danach die Temperaturen, und damit endet auch die Chrysanthemensaison. Im Süden geht die Saison natürlich ein ganzes Stück später zu Ende, und die Nachfrage nach Chrysanthemen bleibt bis Ende Oktober bestehen. Im Norden verschiebt sich alles um einen Monat nach vorne, denn dort beginnt der Winter auch früher. Wir kennen hier also nicht diesen Brauch, Chrysanthemen mit dem 1. November zu verbinden, obwohl manche ihr Haus

für Halloween auch mit Chrysanthemen schmücken. »

« Auf dem amerikanischen Pflanzen- und Blumenmarkt spielt der Import eine wichtige Rolle. Die Gärtner hier sind es gewohnt, dass viele Produkte aus dem Ausland kommen, aber sie machen kein großes Problem daraus. Natürlich würden manche Gärtner lokale Geschäftspartner bevorzugen, aber die diesbezügliche Auswahl ist sehr beschränkt. Der Markt ist in den letzten zehn Jahren viel internationaler geworden. Bis zu den neunziger Jahren war das anders. Damals hatten inländische Kugelchrysanthemen sogar hier das Monopol. »

« Ich war schon fünfzehn Jahre in der Kugelchrysanthemenproduktion tätig, bevor ich in Kontakt mit Gediflora kam, und mittlerweile arbeite ich auch schon wieder zehn Jahre mit ihren Mums. Das macht ein viertel Jahrhundert Erfahrung, die mir erlaubt zu verstehen, was unsere Kunde suchen und welchen Herausforderungen sie gegenüberstehen. Ich bin wirklich davon überzeugt, dass Gediflora ein äußerst wettbewerbsfähiger Player ist, der durch kontinuierliche Innovationen und Entwicklungen sich gegenüber anderen einen Vorteil verschafft hat. Es versteht sich von selbst, dass wir auf diesem Weg weitergehen und uns so weiterentwickeln müssen, wie wir es derzeit tun: mit neuen, nachweislich guten Sorten und vor allem mit einem erstklassigen Customer Support. »

Gediflora ist ein sehr kompetitiver Akteur, der ständig innoviert.