

MEET THE SALES

Gediflora wil een meerwaarde creëren voor haar klanten door hen een **kwalitatief** hoogstaand product uit een uniek en uitgebreid **assortiment** aan te bieden, gekoppeld aan een vergaande **service** en wederzijds **vertrouwen**.

Natuurlijk is zoiets een 'team-effort', al wordt uit een kennismaking met het salesteam duidelijk dat Vincent, René en Bernard dat streven naar een uitzonderlijk niveau tillen.

Gediflora seeks to create added value for its customers by offering them a **high-quality** product from a unique and extensive **range** along with a far-reaching **service** and mutual **trust**. Of course this is a 'team-effort', although an introduction to the sales team shows that Vincent, René and Bernard are raising commitment to a totally new level.

"Ik verzamel heel wat airmiles, inderdaad, maar dit blijft voor mij een droomjob. Ik vind er nog elke dag plezier in, reis de wereld rond en mag met een zeer aantrekkelijk en kwaliteitsvol product werken. Wat is er nu mooier dan schoonheid verkopen? En hoewel er 'sales' op mijn visitekaartje staat, dekt 'ik verkoop chrysanten' niet echt de lading. In België treed ik wel op als vertegenwoordiger, wat me toelaat een rechtstreeks contact te houden met onze klanten, maar in alle andere landen gaat het een stuk verder en sta ik in voor de begeleiding en support van onze plaatselijke agenten, het opstellen van contracten, geven van trainingen, de behandeling van klachten... Gediflora werkt met lokale vertegenwoordigers die door het team in Oostnieuwkerke *gemanaged* worden. Elk land is immers anders. Zowel wat mensen als chrysanten betreft. Wat bij ons werkt, werkt daarom niet overal en de planten reageren anders op omstandigheden of klimaat. De maten verschillen, in sommige landen willen ze een bloeiende chrysant in week 24, in andere zien ze dat liever in week 42. In Frankrijk is geel een topkleur, in China willen ze dan weer helemaal geen wit. Culturen verschillen en er gaat wat tijd over om de gebruiken en eisen van elke markt te kennen."

"Ik heb een graaduaat in biotechniek en hoewel sierteelt thuis nooit aan de orde was, ben ik altijd geïnteresseerd geweest in planten. Via een omweg langs substraten werkte ik vijftien jaar als verkoper met lentebloeiers voor ik drie jaar terug de overstep maakte naar Gediflora. Het Belgische beeld

Salesverantwoordelijke voor België, Frankrijk, Zuid-Europa en Azië.

Sales representative for Belgium, France, Southern Europe and Asia.

Vincent Verbaeys



over chrysanten is door de typische Allerheiligen markt wat beperkter, maar ik heb de luxe elders in de wereld andere visies te ontdekken. Op plaatsen te komen waar de Belgian Mums pure decoratie kunnen zijn of als geschenk gegeven worden. Waar de appreciatie anders is. Nu, met Gediflora werken we daaraan. Er zal een generatie overgaan om de perceptie te veranderen, maar dat zal lukken."

"De Aziatische markt is voor ons belangrijk omdat daar de origine van ons product ligt. Tegelijk beschikken we met Gediflora over de genetica om zaken te realiseren die niemand daar kan. We introduceren straks twee nieuwe families, specifiek met een focus op de vroege bloei en daar verwacht ik toch wat van. Die vroege families maar ook de nieuwe Soul Sisters, een familie voor kleine potmaatjes, daarmee gaan we — figuurlijk — potten breken. Sowieso is Gediflora een trendsetter. Dit jaar voegen we 15 nieuwe soorten toe aan onze catalogus, zonder de Soul Sisters. Enerzijds brengen we dus constant nieuwe dingen, anderzijds draait het vaak ook om kleine maar constante verbeteringen. Het is een *never ending story* en een eeuwig streven naar de perfecte chrysant. We staan aan het begin van veel innovaties en dat is boeiend en spannend. Je mag ook niet vergeten dat je amper veertig kansen in een carrière hebt als je in deze branche zit. Eentje per jaar. Mislukt het, dan schuift alles weer 365 dagen op. Veertig keer is echt niet zoveel."

"I collect a lot of airmiles, indeed, but this remains a dream job for me. I still enjoy it every day, travelling around the world and working with an attractive, high quality product. What could be more rewarding than selling beauty? And although it says 'sales representative' on my business card, the statement 'I'm selling chrysanthemums' doesn't really tell the whole story. In Belgium, I act as a representative, which allows me to keep direct contact with our customers, but in all other countries it goes a lot further. I am responsible for providing assistance and support to our local agents, drawing up contracts, giving training, handling complaints, etc. Gediflora works with local representatives who are managed by the team in Oostnieuwkerke. After all, every country is different both in terms of people and chrysanthemums. What works for us doesn't necessarily work everywhere and the plants react differently to local conditions or climate. The sizes differ too. In some countries they want a flowering chrysanthemum in week 24, in other countries they prefer the flowering in week 42. In France yellow is a top colour, in China they don't want white at all. Cultures differ and it takes some time to get to know the customs and demands of each market."

"I have a degree in biotechnology and although ornamental horticulture was never an issue at home. I have always been interested in plants. Via a detour, first working in substrates, then fifteen years as a seller of spring flowering plants. I switched to Gediflora three years ago. The Belgian image around chrysanthemums is somewhat more

limited because of the typical All Saints' market. However, I also have the opportunity to discover other views elsewhere in the world, to visit places where Belgian Mums are considered as purely decorative, or given as a present and where the appreciation is different. But, at Gediflora we are working on this perception. A generation may be necessary to change this, but we will succeed."

"The Asian market is important to us because that's where the origin of our product lies. At the same time however, Gediflora makes use of the genetics to realize things that nobody can achieve there. Soon we will be introducing two new families, specifically with a focus on early flowering and I have high expectations in this respect. With these early families as well as with the new Soul Sisters, a family suitable for small pot sizes, we are going to make a difference. There's no doubt that Gediflora is a trendsetter. This year, we have added 15 new varieties to the range in our catalogue, without including the Soul Sisters. On the one hand we are constantly introducing new products, on the other hand it is often about small but permanent improvements. It's a never ending story and an everlasting pursuit to create the perfect chrysanthemum. We are at the start of many innovations, which is both fascinating and exciting. You should also keep in mind that you have, once a year at most, forty opportunities in your career to get it right if you are employed in this sector. If you fail, everything will be postponed for 365 days. Forty times is really not that much."

Salesmanager voor Nederland, Oost-Europa en Zuid-Amerika

Sales representative for the Netherlands, Eastern Europe and South America

René Den Hoed



Dat mijn Nederlandse tongval – en stijl – opvalt in het hart van West-Vlaanderen? Tja, ik ben hier tien jaar geleden terechtgekomen via Dirk, de vader van huidige CEO Elien, nadat ik een tijd als Nederlands agent voor Gediflora had gewerkt. Ik werk vaak van thuis uit, dichtbij Schiphol, met een eigen planning, maar wekdijks wil ik de bewortelde stekken ook effectief hier zien. Ik denk graag mee over alle facetten. Bewatering, de moederplanten, in Brazilië en Afrika naar de stekjes gaan kijken ... het gaat er niet over domweg veel te verkopen. Ik wil op de hoogte zijn. En natuurlijk blijft het een levend product, waar we niet alles altijd kunnen sturen, maar dan moet je daar open over communiceren. Het gaat over kwaliteit hebben maar ook over expert zijn in je product. Al heel mijn leven werk ik met chrysanthen. Er zijn weinig zaken waar ik meer over afweet."

"Openheid, eerlijkheid, nooit liegen tegen klanten, geloofwaardigheid ... we bouwen aan een langdurige relatie, dus ik zal een verkoop nooit doordrukken of me laten verleiden tot afdingen. Kijk, we maken geen troep en ik doe veel inspanningen om ook geen troep te leveren. En dat heeft een prijs. Of beter nog: dat heeft waarde. Eigenlijk is het de taak van de hele sector, en elke schakel in de ketting, om zich daar bewust van te zijn."

"De Nederlandse markt is anders geëvalueerd dan de Belgische. Voor 95% gaat het om professionele taaisteelt, en waar ze heel sterk met teeltschema's werken. In het voorjaar dit, daarna de bolchrysanthen en vanaf week x weer

iets anders. De levering moet in dat systeem perfect zijn, dus hamer ik op vroege prognoses. In het begin wou dat wel eens wringen, maar ondertussen zijn klanten dat gewoon. Ik plan hun prognoses vroeg genoeg in, maar ik sta dan ook echt voor wat ik beloof. Zeer duidelijk, zeer juist, er bovenop zitten, overal verslag van maken en zelden of nooit discussies achteraf. Die Nederlandse stijl zeker?"

"Je mag nooit op je lauweren rusten. Ik probeer leider te blijven, volgers zijn er zat. De belangrijkste vraag is: hoe zou ik mij als klant voelen? Als er iets fout loopt, dan moet je geen redenen gaan zoeken, je moet het oplossen. Zeggen hoe het zit, ook als het bij Gediflora in het honderd loopt. Het heeft geen enkele zin om in te boeten op transparantie en eerlijkheid. De hele sector kent elkaar. Vandaar dat ik de klant graag zelf bel als er iets schort. Als iets niet goed is, weet ik dat graag. Ik sta voor Gediflora, maar ik sta ook voor de klant."

"Alleen met die ingesteldheid kan je aankloppen bij de grote spelers. Het moet top zijn. Punt. Ik ben overtuigd van ons product en ga uit van eigen sterkte. Het is topkwaliteit en daar probeer je een juiste prijs voor te krijgen. Zo werk ik. En zo werkt het voor mij. Mensen enthousiast maken, support geven en onze lokale agenten meekrijgen in het verhaal. Als ik enthousiast ben, dan volgt de rest vanzelf."

"How comes my Dutch accent and style stand out in the heart of West Flanders? Well, I ended up here ten years ago via Dirk, the father of current CEO Elien, after I had worked as a Dutch agent for Gediflora for a while. I often work from home, near Schiphol, where I do my planning; however I actually want to see the rooted cuttings in Oostnieuwkerke every week. I like to contribute to all aspects: watering, mother plants, checking cuttings in Africa and Brazil, ... It's not just about selling volumes. I want to keep up to date. And of course it remains a living product, where not everything can be controlled all the time; but in such cases you have to be frank about it. It's all about providing quality but also about being an expert with regard to your product. All my life I have worked with chrysanthemums. There are not many things I really know more about."

"Transparency, honesty, never telling untruths to customers, credibility, etc. We build a long-term relationship, so I will never push a sale or let myself be tempted to haggle. Look, we produce a high quality product and I put in a lot of effort into delivering just that. Of course, that comes at a price. Or conversely, it's of great value. Actually, it's the task of the whole sector, and for every link in the production chain, to be aware of this."

"The Dutch market has evolved differently from the Belgian market. 95% of the Dutch market involves professional greenhouse cultivation, whereby strict cultivation schedules are followed. Something for the spring season which is followed by ball-shaped chrysanthemums and from week x again something

else. In these cases, the delivery system must be perfect. So, I focus on early forecasts. In the beginning, that was sometimes a problem, but now the customers are used to it. I plan their forecasts in advance and I really stand for what I promise. Very clear, very correct, on top of it, reporting on everything and rarely, if ever, are there discussions afterwards. No doubt, this reflects the typically Dutch approach?"

"You should never rest on your laurels. Nothing lasts if you let go. I try to remain a leader, there are already enough followers. The most important question is: how would I feel as a customer? If something goes wrong, you shouldn't look for reasons but solve the problem. And you should be prepared to say plainly what it's all about, even if things go completely amiss at Gediflora. There is no point in compromising transparency and honesty. The whole sector knows each other. That's why I like to call the customer myself if something has gone wrong. If something is not right, I like to know about it. I represent Gediflora, but I also represent the customer."

"Only with this mindset you can approach the big players. The product must be top. That's it. I am convinced of our product and I believe in our own strengths. It is a top quality product and one tries to get the right price for it. That's how I do things. And that's how it works for me. Making people enthusiastic, providing support and getting our local agents involved in the process. If I am enthusiastic, the rest will automatically follow."

Salesmanager voor USA & Canada Sales Manager USA and Canada

Bernard Chodyla



"In tegenstelling tot het wel heel diverse Europa zijn de Verenigde Staten meer een eenheid. Hoewel de afstanden natuurlijk groot zijn, spreken we overal dezelfde taal en kent elke staat dezelfde feestdagen en gebruiken. De verschillen die er dan toch nog zijn, oefenen niet onmiddellijk een invloed uit op de verkoop van bolchrysanthen. Weer en klimaat blijven doorslaggevend en dan wordt duidelijk dat het makkelijker is om 'mums' te kweken aan de Oostkust en in the Midwest. Aan de Westkust is het een complex verhaal. Elke week brengt met andere woorden nieuwe uitdagingen en nieuwe mogelijkheden. Die tracht ik allemaal correct, juist en snel te beantwoorden en dat ik dat samen met een aantal toppers uit de branche mag doen, is wellicht de grootste voldoening."

"Het chrysanthen seizoen start hier begin augustus al. De piekperiode ligt ongeveer halfweg september. Doorgaans dalen daarna de temperaturen en daarmee eindigt ook de periode van de chrysanthe. In het zuiden ligt dat moment natuurlijk een stuk later en blijft de vraag naar chrysanthen tot eind oktober bestaan. In het noorden verlegt de focus zich al een maand eerder naar de winterperiode. We kennen hier dus niet de gewoonte om chrysanthen te verbinden met 1 november, hoewel sommigen ze wel integreren in hun Halloween-decoratie."

Gediflora is een zeer competitieve speler, die constant innoveert.

"De Amerikaanse planten- en bloemenmarkt is er eentje waarin import een grote rol speelt. De kwekers hier zijn het gewoon dat heel veel genetica uit het buitenland komen en maken daar niet echt een punt van. Natuurlijk zou een lokale speler bij sommigen wel een voorkeur genieten, maar de keuzeopties zijn nu eenmaal zeer beperkt wat dat betreft. De markt is ginternationaliseerd in de laatste decennia. Tot aan de jaren negentig was dat anders en toen zag je inderdaad dat irlandse bolchrysanthen hier zelfs het monopolie hadden."

"Ik was al vijftien jaar actief in de productie van bolchrysanthen voor ik in contact kwam met Gediflora en ondertussen werk ik ook alweer tien jaar met hun Belgian Mums. Dat is een kwart eeuw ervaring die me toelaat goed te begrijpen wat onze Amerikaanse klanten zoeken en met welke uitdagingen ze kampen. Ik ben er echt van overtuigd dat Gediflora een zeer competitieve speler is, die door constante innovatie en ontwikkeling een voordeel heeft opgebouwd ten opzichte van anderen. Het spreekt voor zich dat we daar wel moeten blijven in evolueren zoals we dat nu doen: met nieuwe, bewezen goede variëteiten en vooral een zeer kwaliteitsvolle customer support."

"Unlike Europe that is very diverse, the United States are more like one entity. Although the distances are of course long, we speak the same language everywhere and every state has the same public holidays and customs. The differences that still exist do not immediately affect the sales of ball-shaped chrysanthemums. Weather and climate continue to be a decisive factor and therefore it becomes clear that it is easier to grow 'Mums' on the East Coast and in the Midwest. On the West Coast it is a more complex story. In other words, every week presents new challenges and new opportunities. I try to respond to all of them efficiently, correctly and quickly and the fact that I can do so together with a number of top companies in the sector is probably the greatest satisfaction I can get."

"The chrysanthemum season already starts here at the beginning of August. The peak period is roughly halfway through September. After that the temperatures usually drop and this defines the end of the chrysanthemum season. In the south the end of the season comes of course much later, so the demand for chrysanthemums continues until the end of October, whereas in the north, the focus is already shifting to the winter period a month earlier. So here we don't have the tradition of associating chrysanthemums with the first of November, although some people do include them in their Halloween decorations."

"Import plays a major role in the American plant and flower market. The growers here are used to it that many

genetics come from abroad and don't really make an issue of it. Of course some growers might have a preference for a local player, but the options are very limited in that respect. The market has been internationalized in recent decades. Until the nineties this was different; then it was clearly noticeable that domestic chrysanthemums even enjoyed a monopoly here."

"I had already been active in the production of ball-shaped chrysanthemums for fifteen years before I came into contact with Gediflora and now I have already been working with their Belgian Mums for ten years. In all, a quarter of a century of experience that allows me to understand what our American customers are looking for and what challenges they are facing. I am truly convinced that Gediflora is a very competitive player, who has established an advantage compared to others through constant innovation and development. It goes without saying that we must continue to evolve in the way that we are doing today, by developing new, proven varieties and above all, by offering a very high standard of customer support."

Gediflora is a very competitive and innovative player.