

Ze zijn jong, gedreven en krijgen binnen Opti-flor alle ruimte om zichzelf te ontwikkelen. Michelle de Bruijn (27) en André Nieuwenhuizen (25) zetten zich dagelijks in om de unieke collecties Phalaenopsis van het bedrijf in de markt te zetten. Dat levert ze – ieder in hun eigen functie – een uitdagende baan op, waarbij geen dag hetzelfde is.

**A**ls commercieel medewerker buitendienst is André Nieuwenhuizen een van de visitekaartjes van Opti-flor. Aan hem de taak nieuwe klanten binnen te halen en bestaande relaties uit te bouwen. En zo ontwikkelingen en kansen buiten het bedrijf te signaleren en te vertalen naar de werkvloer. “Voor een deel van onze klanten ben ik het eerste aanspreekpunt”, vertelt André. “Daarmee ben ik in de praktijk veel onderweg. Het gaat om bloemisten, tuincentra en groothandels in Nederland en België. Die probeer ik frequent te bezoeken.”

Door corona is dat iets minder, merkt André op. “Maar persoonlijk contact blijft belangrijk. Dan bouw je aan een echte relatie.” En juist dat is voor de jonge medewerker belangrijk. “Oprechte interesse in elkaar tonen, dat geeft mij voldoening. Waarbij ik het als een uitdaging zie om Opti-flor nog bekender te maken in Europa en onze producten op meer plekken beter zichtbaar te krijgen. Uiteindelijk willen we uitgroeien tot een consumentenmerk. Daarvoor hebben we nog een lange weg te bewandelen, maar we proberen wel iedere dag met elkaar een stap in de goede richting te zetten.”

#### Dynamisch bedrijf

Opti-flor opereert aan de bovenkant van de markt met planten van hoge kwaliteit. Producten worden concepten met een compleet verhaal én look & feel. Om die positie te behouden en te verstevigen is het bedrijf continu in beweging. Iets wat Michelle de Bruijn als relatieve nieuwkomer binnen de organisatie kan beamen. Dit voorjaar begon zij als



assistent-verkoopster, een functie die van zichzelf al behoorlijk dynamisch is. “Orders verwerken, telefoontjes beantwoorden, producten actief aanbieden, de beschikbaarheid controleren en het complete digitale aanbod verzorgen”, vertelt Michelle enthousiast over een gemiddelde werkdag.

Veel aandacht gaat daarbij uit naar het online handelsplatform Floriday. “Daarop probeer ik onze concepten en collecties zo goed mogelijk te presenteren, zodat we ons onderscheiden van andere aanbieders.” Wat Michelle opvalt is de betrokkenheid binnen Opti-flor. “Of je nu stagiair bent of een manager die er al jaren werkt, iedereen wordt gelijk

behandeld. Je merkt echt dat we het met z’n allen doen en met elkaar hard werken om een goed product af te leveren.” André beaamt: “Naar goede ideeën wordt altijd geluisterd.”

#### Levende producten

Michelle is dan ook blij dat zij begin van dit jaar een carrièreswitch maakte. “Ik werkte hiervoor als vertegenwoordiger in de haaraccessoires, maar merkte dat mijn interesse toch meer uitging naar de tuinbouw. Ik ben opgegroeid in het Westland, tussen de kassen. Mijn vader is chrysantenkweker en als kind ging regelmatig met hem mee. Het is mooi om met levende producten te werken. Je ziet ze van stek uitgroeien

tot een prachtig bloeiende plant. Daar kan geen haaraccessoire tegenop.”

Toen ze bij een tuincentrum zag hoe Opti-flor aan consumenten uitleg gaf over de verzorging van de Phalaenopsis, wist ze het zeker: ‘daar wil ik staan’. Michelle stuitte al snel op een vacature. Een paar dagen later en twee gesprekken verder, kon ze aan de bak. Als een van de 300 medewerkers. “Opti-flor groeit met de dag, waardoor er volop mogelijkheden zijn om mezelf te ontwikkelen. Ik ben een soort kameleon. Ik heb brede interesses, vind alles leuk en interessant, van teelt tot marketing. Uiteindelijk zie ik mezelf het liefst groeien naar een rol in de buitendienst.”

#### Continu onderweg

De nog prille loopbaan van André typeert de ruimte die Opti-flor medewerkers biedt om zich te ontwikkelen. “Ik ben hier tien jaar geleden met een bijbaan begonnen. Daarvoor had ik al bij verschillende kwekerijen gewerkt. Ik kan slecht stilzitten en wilde mijn eigen centjes verdienen.” Maar bij Opti-flor bleef hij hangen. “In het tweede jaar van mijn hbo-studie commerciële economie mocht ik samen met een aantal collega’s een nieuw product op de markt brengen. Dat was mijn eerste ervaring met buitendienstwerk. Best wel spannend, maar vooral erg tof. Ik ben graag onderweg om winkelen en productpresentaties te zien en klantrelaties op te bouwen. Die vrijheid krijg ik hier.”

Sinds zijn afstudeeronderzoek zit André echt op zijn plek bij de afdeling verkoop. “Inmiddels werken we niet meer op drie, maar op zeven locaties met twee keer zoveel mensen. De sfeer is echter nog precies hetzelfde. We zetten ons allemaal in voor hetzelfde doel: consumenten in Europa blij maken met onze producten.” De tuinbouw typeert hij vooral als uitdagend. “Veel mensen hebben geen idee hoeveel kansen er liggen en hoe professioneel de sector is. Een sector met moderne bedrijven die continu bezig zijn met innoveren.” “En een cultuur die mij erg aanspreekt”, voegt Michelle daaraan toe. “No-nonsense, graag bezig zijn en altijd alles eruit halen. Dat is de tuinbouw.”

Check hier onze vacatures



# VRIJHEID OM TE GROEIEEN