

EVERYONE IS A WINNER

More than 15 years ago, Pokon Naturado, market leader in consumer potting soil in the Netherlands, started incorporating TerraCottem in some of its high-end potting soils. In particular it included TerraCottem in soils for outdoor use and balconies. The reason was obvious – to increase the potting soil's water retention capacity for applications in drier environments and subject to higher temperatures. Over the years the range of potting soils enriched with TerraCottem has expanded and includes: indoor plants, Mediterranean plants, and as an additive for tree and shrub planting.

Ben Scheer, Innovation & Business Development Manager at Pokon Naturado commented: “Our marketing strategy to the garden centres has consistently been to upsell from regular to high-end potting mixes through advertising in trade magazines, offers to the retailers, and promotions to the consumers both instore and on national TV. Thanks to our consistent marketing approach we have highlighted the benefits and return on investment offered by TerraCottem to the end user. Our potting soils give them better growth results and healthier and more drought resistant plants. So happy customers become TerraCottem ambassadors. A win-win situation.”





IEDEREEN EEN WINNAAR

NI / IEDEREEN EEN WINNAAR

Meer dan 15 jaar geleden begon Pokon Naturado, marktleider in de consumentenpotgrond in Nederland, met het inwerken van TerraCottem in sommige van zijn hoogwaardige potgronden. Meer specifiek introduceerde het TerraCottem in de potgronden voor terras- en balkonplanten.

De reden was duidelijk: de waterretentiecapaciteit van potgrond verhogen voor toepassingen in drogere omgevingen en onderhevig aan hogere temperaturen.

Sedertdien werd het gamma van potgronden met TerraCottem uitgebreid en omvat nu ook deze voor kamerplanten, mediterrane planten en wordt het ook gebruikt als additief voor aanplantgrond van bomen en hagen.

Ben Scheer, Innovation & Business Development Manager bij Pokon Naturado merkte op: “ Onze marketing strategie naar de tuincentra toe is steeds geweest om meer hoogwaardige potgronden te verkopen dan reguliere door te adverteren in vakbladen, aanbiedingen te doen naar de kleinhandel en promoties uit te voeren naar de consument zowel in de winkel als op de nationale TV. Dankzij onze consistente marketing benadering konden we de voordelen en return on investment die TerraCottem bezorgt in de kijker plaatsen bij de eindgebruiker. Onze potgronden bezorgen hen betere groeieresultaten en gezondere, meer droogteresistente planten. Zo worden tevreden klanten echte TerraCottem-ambassadeurs. Een win-win situatie.”