

## Notulen DQG bestuursvergadering 2024

**Datum:** 18 april 2024

**Aanvang:** 15.45u

**Locatie:** Mocking Hoveniers, Cothen

**Aanwezig:** Rob Mocking, Arno (Viseo) Marc Boers, Hans Linders

**Afwezig:** -

- **Nieuws, ingekomen stukken**  
Geen
- **Actiepunten uit verslag vorige vergadering**
- **Opvolging Ad, secretariaat**  
Triodos bank omzetten. Moet dit op persoonlijke titel?

**Actie Rob: checken of dit op naam moet staan of DQG.**

### **Begroting**

Eindstand 2023

Gekleurde kolommen nieuwe posten

Contributie is geïndexeerd

Startkosten nieuw lid (2)

Marc Wichman staat erin vermeld (Carrousel en educatie)

Bestuur vermeld

Ilse secretariaat bedrag toegevoegd

Claudia blijft gelijk

Marc ruimte gegeven voor adverteren

Educatie kan per jaar verschillen

VHG gratis training

FB advertenties

Offline bladen

E-mail campagne

Online IM-gemak

Onderhoudskosten website

Abonnementen

Kosten goede content maken

Tekstschrijver

Verder geen gekke dingen

Strak op 0

Buffer is post onvoorzien

Sommige zaken komen niet jaarlijks terug

Cursussen verschillen per jaar.

Reële begroting.

DQG dag vorig jaar deels uit onvoorzien. Eigen bijdrage en deel uit pot. Per jaar dit bepalen.

Afhankelijk van invulling dag.

Geen saldo over.

*Marc* wie houdt dit in de gaten?

*Rob* houdt wekelijks bij met Claudia als het niet uitkomt trekken we aan de bel.

## Inhoud volgens Strategie en beleidsplan 2024

### 1. Optimaliseren inspanningen IM gemak

#### **Kwartaalplannen Marc & Ilse**

In gesprek met Sebastiaan is besloten dat Ilse en Marc hierin gaan samenwerken. Sebastiaan houdt zich op achtergrond. Er vinden maandelijks gesprekken plaats tussen Ilse en Marc.

*Marc* ik wil zelf wel kwartaalplan aanhouden. Dit om doelstellingen, cijfers, strategie, aanpak en planning in de gaten te houden.

*Marc* Hoe doelstellingen kwantificeren? Meer bekendheid meten? Hoveniers bellen ken je DQG?

*Rob* Als je doelen stelt kun je ze achteraf ook meten.

#### **Lokale vindbaarheid**

*Arno* Google vindbaarheid nog steeds niet ok, er staan er nog steeds teveel boven ons.

*Marc* hier zijn we mee bezig. Dit doen we o.a. middels Trello online platform kijken hoe we dit gaan oppakken.

Vindbaarheid is anders dan lokale vindbaarheid. DQG.nl scoort steeds hoger.

Lokale vindbaarheid van de bedrijven verbeteren betekent ook Google bedrijfspagina bijhouden.

Marc wil zich hier steeds meer mee bezig gaan houden. Per bedrijf wil hij dit met hen gaan doornemen. Met Lingeburg en Mocking is dit reeds gedaan als test. Hiervoor wordt ieder lid benaderd om dit te verbeteren, samen door te nemen hoe dit uitgevoerd kan worden.

Via CMB api (abonnement 55/mnd) hebben we inzicht in wat er gebeurt.

Marc wil het reageren op klanten (b.v. Google review) gaan doen. Ontzorgen 2.0. Het is belangrijk dat dit snel gebeurt. Een optie is b.v. met AI antwoorden.

Oude vragen die nog open staan weghalen en zorgen dat dit goed wordt bijgehouden.

Marc gaat deze rol overnemen. IM-gemak weet dit.

Zelf als bedrijf reageren blijft het aller sterkst maar de wens is er wel dat dit (snel) gebeurt.

Hier zal Marc toestemming voor vragen per lid.

[Actie Marc: gesprekken plannen met alle leden 1 op 1 om Google bedrijfspagina up-to-date te maken en houden. Leden hier ook in helpen en ontzorgen door reacties te monitoren.](#)

#### **Thema watermanagement promoten**

*Marc* Is het een idee om de leden op 15 mei een assessment te laten doen om te peilen hoeveel kennis er is over het onderwerp? Ik merk dat ik presentatie gemaakt heb en ik zie info over waterberging niet terug.

Vragenlijst op basis van meerkeuze vragen op MBO niveau en dan doornemen met de medewerkers.

*Rob* goed om achter de schermen ermee bezig te zijn maar waarom zie ik nog niet voor de schermen iz. watermanagement.

*Marc* weinig (beeld) materiaal.

Hans en Rob beide wel aangeleverd maar nog niet voorbij zien komen.

*Rob* Actie! Achter te schermen ook belangrijk maar het moet naar buiten!

*Marc* persberichten staan klaar hiervoor.

Voorbeeld Postiljon hotel klimaat adaptieve tuin.

Verdi tuinen doet interessante dingen op marketing gebied. Mooie signing billboard (door kennis geleverd).

Wil niet aansluiten bij DQG. Doet dit op eigen titel.

*Arno* naar dit niveau moeten wij ook! Dit slaat aan.

*Marc* gaat om stevige budgetten.

*Arno* maar is erg creatief! Dit is wat wij ook nodig hebben!

*Arno* kan Ilse van IM ons hiermee helpen?

*Marc* Insta FB Pinterest beeldmateriaal moeten wij wel aanleveren.

*Rob* er zijn foto's maar we moeten er meer mee naar buiten.

*Arno* aangegeven dat Ilse IM rondje moet bellen.

*Marc* 15 mei hier naartoe werken.

Meesten voeren watermanagement uit maar beeldmateriaal moet naar buiten gebracht worden.

*Arno* de leden zijn vooral bezig met mooie tuinen maken, voor fotografie en marketing minder tijd.

Ilse IM meer aantekening maken van wie wel materiaal en wie niet? Meer beeldmateriaal van leveranciers gebruiken?

*Rob* Prestige Water regentonnen hierover meer delen en b.v. elkaars berichten delen.

[Actie Marc: met Ilse IM actie hierop ondernemen. Info watermanagement halen en berichten gaan plaatsen!](#)

### **Mailing naar bestaande klanten oppakken**

Vraag IM-gemak, mailing laatste keer moeilijk verlopen. Artikel onderhoud vond merendeel niet ok.

Ledenbijeenkomst lokale nieuwsbrieven laten zien?

Onderhoudstips kwamen onprofessioneel over.

Algemene tips wel ok, zoals september tijd voor bloembollen.

*Arno* Doel is klant lekker maken om ons te laten komen.

*Hans* nieuwsbrief per kwartaal bespreken als 'trigger'. Wilt u dit jaar ook zo'n mooie tuin.

*Rob* Luchtige dingen nieuwe bakken van Adezz b.v.

Bespreken en kort samen overleg.

*Rob* bestaande klanten nieuwsbrief gebeurt nu niet en dat is jammer.

*Arno* inderdaad kort bespreken zo gaan we het doen!

*Hans* niet te uitgebreid in ledenvergadering

*Arno* mail met info vragen werkt niet. Ontzorgen betekent uitvragen en iets leveren.

Marc kan ook commentaar op komen.

*Arno* doorpakken.

*Marc* Tijdens ledenvergadering vragen stellen Kahoot? En dan input. Info ophalen.

Ter plaatse in pauze korte enquête?

Lijst nieuwsbrief oud medewerkers of klanten uitschrijven.

[Actie Marc: met Ilse IM actie hierop ondernemen. Kleine enquête of Kahoot opzetten voor tijdens de ledenvergadering om voor Ilse IM helder te krijgen hoe de nieuwsbrief vorm te geven.](#)

[Actie Ilse L: contact met IM ook melding van bijhouden lijsten i.v.m. ex-medewerkers of klanten.](#)

## 2. DQG best Practise en Toolkit met voorbeelddocumenten

### Google review kaartje

Review kaartje staat al als pdf in de toolkit maar het lijkt of de leden hem nog niet hebben kunnen vinden. Daarom het voorstel om voor iedereen kaartjes te printen en meegeven op 15 mei/ ledenvergadering.

*Arno ik merk toch dat Klantenvertellen wel wordt ingevuld maar Google minder.*

De collega's die ter plaatse zijn hebben vaak bij klanten de 'gun factor' en zouden het kaartje ook af kunnen geven op de laatste dag. Hier heeft Marc een standaard brief voor opgesteld om aan de collega's te geven. Het belang hiervan overbrengen op personeel.

Zou leuk zijn als personeel hier een sport van zou maken: Hoe krijgen we mooie reviews?

*Marc eerst google review.*

MB vraag of hier akkoord op wordt geven.

*Arno zou graag allebei opties op 1 kaartje*

*Marc nadeel die route dat klanten niet allebei doen en Google review meer invloed heeft op vindbaarheid.*

*Rob maar helemaal geen Klantenvertellen is ook wel gek als daar niets meer 'gebeurt' ineens. Conclusie eerst test Viseo met beide en rest alleen Google. In visite kaartje formaat. Kosten zijn laag en zo kunnen we beide testen en in volgende vergadering evalueren.*

Akkoord laten drukken.

*Arno Hoe ga je om met negatieve reviews?*

*Marc Belangrijk direct reageren. Serieus nemen, aangeven blij met reactie en beterschap beloven. Zorgen dat dit in het vervolg niet meer gaat gebeuren. Aanbieden herstellen.*

Daarnaast negatieve reactie zorgen overstroom positieve review.

*Marc Is er een wens om hier een workshop van te maken?*

*Marc op Franchisebeurs bedrijf horeca gesproken met duizenden reviews. En ook regelmatig negatieve. Kan alleen weggehaald door auteur van de review. Manipuleren zit Google strak op. Beste methode is nieuwe reviews vergaren zodat die 'verdwijnt' door nieuwe erbij te krijgen.*

*Marc ledenbijeenkomst hier aandacht aan?*

Ja kort wel kaartjes uitdelen en nut ervan benadrukken. Brief medewerkers uitleggen.

*Marc is het een idee om dat evt. met een online sessie te behandelen? Aantal contact momenten mag wat hoger.*

*Arno is daar vraag naar? Marc Bij sommige wel.*

*Rob moet wel kort en bondig zijn. 1 uur? Kort en bondige gesprekken met concreet onderwerp.*

*Hans wellicht nu te vroeg. Eerst review verhaal opzetten en dan hier over evalueren.*

Marc wordt wel uitgedaagd voor goede online korte en bondige sessies die waardevol zijn.

**Actie: Rob en Claudia gaan kaartjes printen i.o.m. Ilse van IM**

**Actie Marc: Kort en bondige onderwerpen voor evt. online sessies**

### Mertens kleding

Winterjas Havep die kunnen ze leveren. Jas komt op de site.

Fleecevest Tricorp donker grijs of zwart? Conclusie fleece zwart.

Assorti is compleet.

*Rob 1e geplaatst. 2 weken levertijd. 2 weken halen ze.*

*Marc Flyer Mertens volgt bij bestelling materialen per lid.*

Kleding uniform houden blijft lastig.

### 3. Het ondernemen vergemakkelijken en professionaliseren.

#### Kennisuitwisseling.

Carrousel onderwerpen 2024-2025

*Arno* handen vol aan de training nu.

Behoeftte aan iets?

*Rob* Marc Wichman evalueren stappen gezet?

Wellicht najaar of 25.

*Rob* Onderwerpen waar vraag naar is?

*Marc* voorman of leden?

*Marc* interview Jeannine: wat doen de mannen met de kennis communiceren. Voormannen?

Terugkomdag? Wat geleerd? Toegepast?

*Hans* eerder is er gesproken over uitwisseling personeel. Week ruilen om van elkaar te leren. Iets om nog te overwegen.

*Arno* Spreker uitnodigen?

*Hans* vervolg training. Teamwork stimuleren.

*Arno* perspectief van de werkgever bespreken. Wat betekenen dingen. Keer van ander horen met andere visie. Begrip voor elkaar. Kan Helder hier iets mee?

Per bedrijf of centraal? Centraal nu wenselijk.

*Marc* wel positief benaderen, voorkomen dat het in het negatieve verwijtende toon komt.

Abstracter houden voelen mensen zich minder aangesproken en voorkomt spanningen.

*Hans* bij Richard neerleggen?

DQG dag daar een geschikt moment voor? Ochtend serieus middag ontspanning.

Overleg Erica over programma.

Voormannen training, leiderschapstraining op voortborduren.

Grap en rol cabaret duo?

*Rob* neemt contact op met Erica tuinen.

*Hans* een soort samenvatting 2 trainingen als logisch gevolg.

*Arno* bekende NL rol als spreker?

Ludiek, grappig en iets opleveren met een serieuze toon.

**Actie: Rob overleg Erica tuinen invulling dag**

**Actie Hans: Navragen prijzen Rob Scheepers**

### 4. Het ondernemen vergemakkelijken en professionaliseren. Kennisuitwisseling.

Training operationeel leiderschap loopt en naar tevredenheid.

Wat is er komende winter nodig voor de leden/ medewerkers?

Er is behoefte aan workshop Plantenkennis. Yuverta te duur voor 3 uurtjes en niet de training die we zoeken.

*Hans* Margo heeft een goede cursus bomen gevolgd recent. Jongens dag daarheen? Hoe snoei je welke boom en wanneer?

Vooral toepassing planten belangrijk.

Bloementuin Tiel, rondje Appeltern?

Edwin van Van Ooijen hier een rol in spelen? Zelf iets samenstellen binnen de DQG?

September dag voor plannen.

Datum plannen en iemand begeleidt.

Input halen? Thema's verzinnen.

Verdere goede workshops/ trainingen:

Metselen gilde profielen stellen. Metselcursus. Muurtjes lijmen, uitzetten, meten.

VHG houtverbinding

Elektra FOP Colland

Wellicht in company cursussen.

*Hans* punten advertentie plaatsen. Allround hovenier bestaat niet meer. Opgesplitst onderhoud, beton, bouwen.

Rik en Margo inmeten tekenprogramma, hier centraal met leden iets mee doen?

*Hans* hoe functioneert een goed bedrijfsbureau. Welke systemen werk je mee?

Binnen zo organiseren dat 1 persoon kantoor voldoende is. Hoe doe je dat.

*Arno* ontwerpen tot aan facturatie. 1,5 op 10 medewerkers.

**Actie Ilse L: datum prikken plantenkennis. Na 15 mei op zoek gaan naar locaties en workshops**

## 5. Klantbeleving verbeteren. Klantreis bepalen. Trainen van medewerkers

*Marc* klantreis bleek tijdens heisessie behoorlijk verschillend. Nu kijken of we in het contactformulier iets aan belofte aan klant kunnen noemen.

*Arno* klantreis kunnen we al laten zien. Heisessie verhaal goed. Basis staat en kunnen we presenteren. 15 mei staat hij. Verschillen tussen elkaar hoeven de coöperatie niet in de weg te zitten. Niet teveel willen polderen maar hup door.

*Marc* je wil de neuzen wel dezelfde richting in hebben. Ik ben best geschrokken van hoe groot de verschillen zijn.

*Hans* 1e cursusdag offertes, naar klant toe wel/ niet.

*Marc* hij staat op papier en Ilse IM gaat er DQG van maken.

Niet doordrukken of spanningsveld teveel opzoeken maar we moeten wel doorpakken waar kan.

*Marc* Opzet offertes wel erg verschillend.

Online checklist kijken hoe je dingen doet. Afvinken.

*Marc* wat doen jullie met wat geleerd van heisessie, nog dingen aangepast?

*Arno* aanpak niet veranderd.

*Marc* geeft aan op dit punt zou ik wel willen doordrukken. Meer uniformiteit.

*Arno* Dit is een proces, gaat niet van een op de andere dag.

*Rob* tips en tricks heisessie en dan daar laten.

*Marc* blijven duwen, aanleveren. Druppels op gloeiende plaat maar elke druppel is er 1.

Offertes op website bekijken. Van elkaar leren.

### Missie visie

Training Patrick geeft aan: Weet waar je voor staat als Coöperatie en bedrijf.

*Hans* was confronterend.

*Rob* Niemand kan echt makkelijk benoemen waar we als coöperatie voor staan.

*Marc* Het Brandbook hoe slaat deze aan? Is dit iets wat al echt in ons zit. Is dit voldoende?

Moet dit verder aangescherpt? Expert volume pijler.

*Hans* Patrick gaf aan houd het dicht bij jezelf.

2-sporen beleid nieuwe werving leden en ook voor je werknemers en klanten.

Duurzaamheid benadrukken.

*Arno* kijken de ondernemers wel in het brandbook? En op website?

Ledenvergadering mee te geven. Tastbaar maken.

*Hans* bij inloop vragen wie gebruikt het?

*Arno* denk dat het tegenvalt.

*Marc* we moeten aandacht erop vestigen. Formule pijlers ook oppakken. Wat daarvoor doen?

*Rob* A4 met pijlers al eens gemaakt.

Arno herhalen!

Salespitch is gemaakt maar dan voor de consument.

Marc maakt voorstel lijst 6 woorden terugbrengen naar 3.

*Cijfers vindbaarheid:*

*Cattier 13. Visio 32 DQG 52. Lingebrug 16.*

*Marc* consumentenpitch en ledenpitch nodig

*Rob* hebben we een missie & visie.

*Missie* DQG coöp. Hoveniers helpen lat hoger te leggen, marketing ontzorgen. Ontzorgen in bredere zin.

Arno vind ik de lading niet dekken. Workshops personeel. Bundelen krachten. Kennis delen.

Slogan voor consumenten?

*Rob* het lijkt of we hier steeds weer hierover hebben we moeten dit helder krijgen binnen de club en hier voor gaan staan en uitdragen naar buiten.

3 voor consument en 3 voor leden. 15 mei brainstormen.

[Actie Marc: brandbook printen voor de leden voor 15 mei.](#)

[Actie Marc: 3 pijlers bepalen](#)

## **6. Leden werven. Diverse mediacampagnes inzetten**

*Marc* Marcel gesproken iz. Cattier en ik met Cock Diemel. Zij vinden het toch lastig hun naam los te laten. Beide kritische vragen gesteld hierover. Cattier heel stellig. Cock Diemel zit meer in de emotie.

*Marc* hoe kunnen we hen wel overhalen? Met Marcel besproken.

Analyseren met website/ cijfers. DQG komt daar wel goed uit. Schaal 1-100 100 scoort google zelf. 30 is goed maar kan beter.

*Marc* ik zoek naar manier om te overtuigen.

*Rob* filmpjes van leden die gemaakt zijn en onderbouwen met cijfers.

Lokaal checken hoe dat zich verhoudt bij Mocking hoveniers.

*Rob* uit ervaring kunnen vertellen dat in de praktijk is gebleken dat dit geen problemen geeft.

Aanmeldingen 15 mei zijn er 2:

1 Gerard Groenendijk Groen en Grondig

1 tuinontwerper

Hillegom Croon interesse?

Website hoveniers duidelijker omschrijven wat we te bieden hebben.

Maar heel af en toe een telefoontje?

Machine leads werken landelijk.

Waarom lukt leden werven in het noorden niet? Handjevol leads om iemand binnen te halen.

Tiktok tuinen weet 79 reviews binnen te trekken.

Bekendheid creëren voor formule.

*Marc* leden meer input vragen? Lobbyen?

Richten op jongere ondernemers?

Workshops lobbyen.

Linkedin werven, Leden vragen delen Linkedin-bijdrages.

*Marc* ook niet bedrijven te dichtbij elkaar? Zijn nooit problemen over geweest.

Wat is nodig om zich aan te sluiten.

Ledenbijeenkomst in b.v. Leiden

Ledenvergadering 2e vrijdag okt (verplaatst i.v.m. DQG-dag 20 september)

**Actie Marc/Rob:** wellicht in gesprek gaan met twijfelende bedrijven

**Actie Ilse L:** datum prikken plantenkennis, datum ledenvergadering verplaatsing melden

- Rondvraag en w.v.t.t.k.

Hans aftreden per einde dit jaar. Opties worden verkend en besproken.

**Actie Ilse:** sturen alle vergaderingen via outlook uitnodiging.

Einde vergadering 18.45u.

Volgende bestuursvergadering is op vrijdag 21 juni.

Locatie volgt.

### **Actiepunten**

**Zie bovenstaand per persoon vermeld wat actiepunten zijn n.a.v. deze vergadering**

**Marc Rob Ilse L.**

#### **Actiepunten globaal uiteengezet:**

Triodos bank Ad afmelden

Rob

DQG dag ochtend invulling

Hans/Rob i.o.m. Erica Tuinen

Missie en visie helder krijgen/pijlers

Marc

Google bedrijfspagina met elk DQG bedrijf doornemen

Marc

Ledenwerving

Marc/ Rob

Alle ledenbijeenkomsten/vergaderingen uitnodigen

Ilse

Workshops plannen winter 2024-2025

Ilse i.o.m. bestuur

Watermanagement/ nieuwsbrief naar klanten

Marc i.o.m. Ilse IM

Kort en bondige sessies

Marc