

Groeien als kool



VitaCor uit Zaltbommel wordt gerund door Cora Kooijman en op de achtergrond bijgestaan door haar man Mari. Een ondernemend echtpaar met beiden een eigen zaak: Cora de natuurdrogist en Mari een bedrijf in telecommunicatie en beveiliging. "De winkel is ontstaan uit de passie voor natuurproducten en eigenlijk geboren uit een noodzaak", aldus Cora.

"Eind 2011 zou de baan die ik had, bij DA Drogisterij Aalders, ophouden te bestaan. Toen leek het mij het ultieme moment om te starten met mijn eigen natuurdrogerij. Op een andere locatie dan mijn vorige werkgever, maar wel in dezelfde plaats. Na een half jaar van voorbereidingen en een maand heel hard werken kon ik op mijn verjaardag, eind januari 2012, mijn eigen winkel openen. Mijn kindje was geboren! Wij hebben al een dochter, maar die was groot genoeg om op eigen benen te staan en van plan het huis uit te gaan. Tijd voor volledige toewijding aan mijn winkel. Mijn klanten komen uit de Bommelerwaard en ver daarbuiten met uitschieters naar o.a. Haarlem, Laren, Odijk en Spanje. Veel oude bekenden van DA zijn mij gevolgd en dat werden er al rap veel meer. Ze zijn van alle leeftijden, rangen en standen. We hebben zelfs al een tweede generatie klanten opgebouwd, de zwangere die later met de jonge spruit komt winkelen en advies vraagt.



Natuurlijke producten

Het streven was rustig beginnen om een goede basis te leggen voor later, maar ik ben in een TGV-trein gestapt met een paar tussenstations (2 verbouwingen en een verhuizing). Ik groeide als kool en mijn eerste personeelslid had ik binnen een maand. De "fanclub" aan klanten groeit nog steeds en daarmee de vraag naar onze producten. Vandaar dat we op 4 oktober jl. zijn geopend in een groter pand een stukje verderop in de straat. Ik wilde deze winkel beginnen, omdat ik steeds meer afkeer kreeg van de producten die de "Unilevers" en andere grote concerns ons voorschotelen. Het heeft niets meer met voeding van doen. De supplementen en verzorgingsproducten die zij maken zorgen er niet voor dat wij gezonder worden. Het werd hoog tijd dat iemand durfde te vertellen hoe het wèl in elkaar zit. Dat biologische voeding de basis is van alle gezondheid. Dat er betere, natuurlijke producten zijn om jezelf en je omgeving te verzorgen. Dat er mooie supplementen zijn zonder schadelijke kleurstoffen en vulmiddelen. Dat we van die troep die

overal in zit alleen maar zieker worden. De waarheid vertellen achter het verhaal wat consumentenprogramma's als Kassa en Radar e.d. verkondigen. Dat zij vaak voor stemmingmakerij zorgen en er regelmatig "poppetjes" verschijnen die betaald worden om aanvallen te doen naar onze natuurlijke producten.

Informatie en communicatie

Kortom heel veel voorlichting. Mijn missie is om, iedereen die het maar horen wil, te vertellen over de echte waarheid rondom natuurproducten en werkwijze van de reguliere "geneeskunst". Maar ook te vertellen dat bio niet een betrouwbaar label is en dat er in onze branche ook veel kaf tussen het koren zit. Ik wil persoonlijk eerst mij goed informeren over de samenstelling van een product voor dat het in de winkel komt. Wij willen alleen werken met kwalitatief hoogwaardige producten en als het kan ook nog voor een betaalbare prijs. Ik wil mensen ervan bewust maken dat zij zelf verantwoordelijk zijn voor hun eigen gezondheid en ze voorlichten hoe ze dat het beste kunnen doen. Als ik even geen antwoord heb op de vraag die gesteld wordt door de klant, dan probeer ik dat uit te zoeken en bel ze later terug. Kom ik er niet uit dan verwijst ik ze door naar een therapeut of zeg gewoon: ik weet het niet. Dat is geen schande, je kunt beter eerlijk blijven dan dat je een kletsverhaal ophoudt. Onzin wordt er al genoeg verkondigd. Mijn eigen kennis komt van mijn opleiding Drogist, orthomoleculair therapeut, veel zelfstudie en het onlangs behaalde diploma Dr. Schüssler celzout therapeut. Dit laatste ga ik vanaf januari 2018 ook als praktijk aan mijn klanten aanbieden. Ik werk op afspraak in een eigen ruimte, die ook gehuurd kan worden door andere therapeuten. Verder probeer ik een netwerk op te bouwen van goede therapeuten waarnaar ik kan door verwijzen of voor mijn eigen vragen terecht kan. Gelukkig hebben veel merken die ik voer een goede helpdesk voor alle vragen. Mijn klanten stellen de meest uiteenlopende vragen. Dat vraagt om een brede kennis en een goed inlevingsvermogen. Soms is een luisterend oor al genoeg.

Betrouwbare partner

Destijds in 2012 heb ik voor Holland Pharma gekozen omdat het een allround groothandel is met een breed assortiment. Alles kan



per stuk besteld worden en de levering is snel. De marges zijn misschien niet altijd even groot, maar daar staat veel service tegenover. Naast het uitgebreide assortiment van de groothandel kies ik ook voor leveranciers met unieke hoogwaardige producten die niet overal verkrijgbaar zijn. Deze pareltjes uit de markt leveren vooral voedingsmiddelen.

De klant is koning, we zetten net even een stapje extra (ik zet bijvoorbeeld een stoel neer voor een oudere) en dat wordt erg gewaardeerd. Zo is het een kleine moeite om even te vragen of de geadviseerde producten bevallen. Zo laat je de klant weten dat je betrokken bent. Ook onze service ligt op een heel hoog niveau. Klachten worden altijd opgelost, indien nodig geven we geld terug. We lopen met de klant mee als ze iets zoekt of gaan het desnoods voor ze halen in de winkel.

Bewegen en beleven

We geven ze een winkel met beleving. Op de winkelvloer is regelmatig iets te doen in de vorm van een proeverij, demo of voorlichting. Van Holland Pharma en andere leveranciers krijgen we daar de middelen soms voor, maar we gebruiken ook vaak eigen producten. Het kost echt niet zoveel om eens een verpakking voor een demo aan te spreken. We houden speciale klantenavonden met een thema. Met Kerst krijgen de klanten een cadeautje als blijk van waardering. Als de klant, bij de aanvraag van de klantenkaart, de geboortedatum heeft opgegeven dan krijgt zij een felicitatie met cadeaubon per mail. Ook verspreiden we regelmatig de folder van Bewustwinkelen en voor de heropening hebben we zelfs een openingskrant uitgegeven van 20 pagina's. Voor 2018 staat op het programma om regelmatig een eigen folder uit te gaan geven. Ik spreek weleens op een speciale avond van een lokale vereniging of club. Ook wil ik meer workshops in de winkel gaan organiseren, zoals bij voorbeeld (water-) kefir maken van kefir-fermenten van The Ferment Company. Het blijft een kunst om jezelf als ondernemer steeds weer opnieuw uit te vinden. Blijf in beweging dan blijven je klanten dat ook. Waar we nog aan moeten werken is de informatievoorziening via onze eigen website en platforms zoals Facebook. Laten we daarbij de lokale media niet vergeten met columns of informatieve redactionele stukjes."