



# HORTICULTURE WALES

Developing Supply Chains

May 2011

## Adding value: A strategy for survival?



Since the economic crisis began in 2007 there has been much discussion in trade press and at conferences about strategies horticultural businesses should adopt in order to survive. A common thread throughout these discussions is that for many horticultural businesses cutting prices is not a winning formula.

There are two main reasons cited for this; firstly marketing on low prices does not necessarily encourage customer loyalty and customers who came to you because of your low price are likely to move their custom to another business should they undercut your offer. Secondly, by reducing selling prices you are squeezing your margins at a time when for many businesses margins are also being squeezed by increasing production costs. Selling the majority of stock at minimal margins is unlikely to be a successful strategy for long term survival for most horticultural businesses.

'Adding value' is often put forward as an alternative strategy to price cutting. Adding value allows businesses to earn a greater proportion of consumer expenditures by processing, packaging or marketing products. Although this raises a whole number of possibilities, strategies for adding value needn't involve significant cost.

Think about your business, why is it special and/or different? – how can you communicate this to potential customers. If you source products from other businesses – do you know why they are special? Passing on their story may help you drive sales.

If you sell directly to consumers, information is key to marketing and driving sales. Are the people (you or your staff) who deal directly with your customers sufficiently knowledgeable about the products they are selling? Can they offer recipe suggestions? Give guidance on plant care? Or suggest suitable companion products? If not, you might want to consider improving the knowledge level of your staff or providing information for customers to take away or access at home, via your website for example.

### Adding value — points to consider

- Understand your customer
  - Consider undertaking market research
  - Test any new ideas before implementing
- Understand your product
  - What do you sell that is unique?
  - What do you sell that offers customer convenience?
- Understand your customer experience
  - Do staff have good product knowledge?
  - Is packaging attractive and fit for purpose?
  - Is the selling environment correct?

The same considerations surrounding adding value should be taken into account if you offer a service rather than a product. A recent market research report 'Visiting Gardens and Historic Houses 2010' undertaken by Tenneson Marketing (reported in Horticulture Week 01/04/2011) revealed that of the visitors surveyed 43% said they would like to see better value for money. Ideas for improvement requested by visitors included more seating as well as better labelling, signs and information.

Adding value by packaging and processing can involve more cost but can be as simple as providing a recipe pack – with all the raw ingredients, in the right quantities, needed for the consumer to create the recipe when they get home. In a similar vein, mixed packs of bedding plants or a ready planted hanging basket or patio tub can yield more than selling all the components separately.

The most appropriate strategy for adding value will vary from business to business. Horticulture Wales will be providing information on different strategies and key considerations for your business. We would also like to hear your ideas and experience of adding value. Please get in touch by email [horticulturewales@glyndwr.ac.uk](mailto:horticulturewales@glyndwr.ac.uk).

GARDDWRIAETH CYMRU

**HORTICULTURE WALES**

DEVELOPING SUPPLY CHAINS • DATBLYGU CADWYNAU CYFLENWI

Horticulture Wales provides support to businesses involved in both edible and amenity horticulture supply chains within Wales.

**Horticulture Wales Office,  
Glyndwr University,  
Holywell Road,  
Northop,  
Mold, CH7 6AR.  
01978 293967  
07850 924033**

[horticulturewales@glyndwr.ac.uk](mailto:horticulturewales@glyndwr.ac.uk)  
[www.horticulturewales.co.uk](http://www.horticulturewales.co.uk)

Our partners include Glyndwr University, ADAS, Bangor University and the Organic Centre Wales.

### Events

**18th May 2011: Workshop event**  
'Successfully marketing your business online'.  
QED Centre, Pontypridd

**21st-22nd May 2011: Show stand**  
Royal Welsh smallholder and garden festival.  
Builth Wells, Powys

**16th June 2011: Networking event**  
Discussion on opportunities to supply the hospitality sector in Brecon Beacons.  
Brecon, Powys

**4th July 2011: Networking event**  
Meeting to discuss market trends for fruit and look round a production unit.  
Penlanlas, Ceredigion

**6th July 2011: Networking event**  
Opportunities to supply Castell Howell Chirk, Near Oswestry.  
To find out more or to book visit [www.horticulturewales.co.uk](http://www.horticulturewales.co.uk)



Cronfa Amaethyddol Ewrop ar gyfer Datblygu Gwledig: Ewrop yn Buddsoddi mewn Ardaloedd Gwledig  
The European Agricultural Fund for Rural Development: Europe Investing in Rural Areas



Llywodraeth Cynulliad Cymru  
Welsh Assembly Government



# GARDDWRIAETH CYMRU

Datblygu Cadwynau Cyflenwi

Mai 2011

## Ychwanegu gwerth: Strategaeth ar gyfer goroesi?



Ers dechrau'r argyfwng economaidd yn 2007, mae yna lawer o drafod wedi bod yn y wasg fasnach ac mewn cy-nadledau am strategaethau y dylai busnesau garddwri-aethol eu mabwysiadu er mwyn goroesi. Un llinyn cyffredin trwy gydol y trafodaethau hyn yw nad yw gostwng prisiau yn fformiwla lwyddiannus ar gyfer llawer o fusnesau garddwriaethol.

Mae'r ddau reswm a nodwyd am hyn fel a ganlyn: yn gyn- taf, nid yw marchnata ar brisiau isel o angenrheidrwydd yn annog teyrngarwch cwsmeriaid ac mae cwsmeriaid sy'n dod atoch oherwydd eich prisiau isel yn debygol o fynd â'u busnes at rywun arall petaent yn tandorri eich cynnig chi. Yn ail, trwy ostwng prisiau gwerthu rydych yn gwasgu maint eich elw ar adeg pan fydd maint elw llawer o fusnesau yn cael eu gwasgu gan gostau cynhyrchu cynyddol ynogystal. Mae gwerthu'r rhan fwyaf o stoc am y maint elw lleiaf yn annhebygol o fod yn strategaeth lwyddiannus ar gyfer goroesi yn yr hirdymor ar gyfer y rhan fwyaf o fusnesau garddwriaethol.

Hyrwyddir 'Ychwanegu gwerth' yn aml fel strategaeth amgen i ostwng prisiau. Mae ychwanegu gwerth yn galluogi busnesau i ennill cyfran uwch o wariannau defnyddwyr trwy brosesu, pacio neu farchnata cynnyrch. Er bod hyn yn codi nifer fawr o bosibiliadau, nid oes rhaid i strategaethau ar gyfer ychwanegu gwerth olygu costau sylweddol.

Meddyliwch am eich busnes, beth sy'n ei wneud yn arbennig a/neu wahanol? – sut allwch chi gyfleu hyn i gwsmeriaid arfaethedig. Os ydych yn ffynonellu cynnyrch o fusnesau eraill – a ydych yn gwybod pam eu bod yn arbennig? Gallai adrodd eu hanes eich helpu i hybu gwerthiant.

Os ydych yn gwerthu yn uniongyrchol i ddefnyddwyr, gwybodaeth yw'r allwedd i farchnata a hybu gwerthiant. A yw'r bobl (chi neu eich staff) sy'n delio'n uniongyr- chol gyda chwsmeriaid yn gwybod digon am y cynnyrch y maent yn ei werthu? A allant gynnig awgrymiadau ar gyfer ry- seitiau? Rhoi cyngor ynglŷn a sut i edrych ar ôl planhigion? Neu awgrymu cyd- gynnyrch? Os na, efallai y byddai'n syniad ystyried gwella lefel o wybodaeth eich staff neu roi gwybodaeth i'r cwsmeriaid fynd gyda nhw neu gael gafael arno adref, trwy eich gwefan er enghraifft.

### Ychwanegu gwerth — pethau i'w hystyried

- Deall eich cwsmer
  - Ystyriwch ymgymryd ag ymchwil i'r farchnad.
  - Rhowch unrhyw syniadau newydd ar brawf cyn eu hoi ar waith.
- Deall eich cynnyrch
  - Beth ydych yn ei werthu sydd yn unigryw?
  - Beth ydych yn ei werthu sy'n cynnig hwylustod i'r cwsmer?
- Deall profiad eich cwsmer
  - A oes gan eich staff wybodaeth drylwyr am y cynnyrch?
  - A yw'r pecyn yn ddeniadol ac yn addas i bwrpas?
  - A yw'r amgylchedd gwerthu yn gywir?

Dylid ystyried ychwanegu gwerth yn yr un modd os ydych yn cynnig gwasanaeth yn hytrach na chynnyrch. Datgelodd adroddiad ymchwil i'r farchnad diweddar o'r enw 'Ymweld â Gerddi a Thai Hanesyddol 2010' a ymgymryd gan Tenneson Marketing (fel yr adroddwyd yn *Horticulture Week* 01/04/2011) fod 43% o'r ymwelwyr a holwyd ar gyfer arolwg yn dweud y byddai'n well ganddynt weld gwell gwerth am arian. Roedd syniadau ar gyfer gwelliannau a ofynnwyd gan ymwelwyr yn cynnwys mwy o seddi yn ogystal â gwell labelu, arwyddion a gwybodaeth.

Gall ychwanegu gwerth trwy bacio a phrosesu olygu mwy o gost ond gall fod mor syml â darparu pecyn ryseitiau – gyda'r holl gynhwysion craidd, yn y meintiau cywir, sydd eu han- gen i'r defnyddiwr ddilyn y rysât ar ôl mynd adref. Yn yr un modd, gall pecynnau cymysg o blanhigion i'w plannu allan mewn twb patio neu fasged grog wedi'i phlannu'n barod gael gwell canlyniad na gwerthu'r holl gyfansoddion ar wahân.

Bydd y strategaeth fwyaf priodol ar gyfer ychwanegu gwerth yn amrywio o fusnes i fusnes. Bydd Garddwriaeth Cymru yn darparu gwybodaeth am wahanol strategaethau ac ystyri- aethau allweddol ar gyfer eich busnes. Hoffem hefyd glywed eich syniadau a'ch profiad o ychwanegu gwerth. Cysylltwch â ni trwy ebostio [horticulturewales@glyndwr.ac.uk](mailto:horticulturewales@glyndwr.ac.uk).

GARDDWRIAETH CYMRU

HORTICULTURE WALES

DEVELOPING SUPPLY CHAINS • DATBLYGU CADWYNAU CYFLENWI

Mae Garddwriaeth Cymru yn cef- nogi busnesau sy'n ymwneud â'r cadwynau cyflenwi garddwriaeth bwyd ac addurniadol yng Nghymru.

**Swyddfa Garddwriaeth Cymru,  
Prifysgol Glyndŵr,  
Ffordd Treffynnon,  
Llaneurgain,  
Yr Wyddgrug, CH7 6AR.  
01978 293967  
07850 924033**

[horticulturewales@glyndwr.ac.uk](mailto:horticulturewales@glyndwr.ac.uk)  
[www.horticulturewales.co.uk](http://www.horticulturewales.co.uk)

Mae ein partneriaid yn cynnwys Pri- fysgol Glyndŵr, ADAS, Prifysgol Bangor a Chanolfan Organig Cymru

### Digwyddiadau

#### 18fed Mai 2011: Gweithdy

'Marchnata eich busnes yn llwyddiannus ar- lein'.

Canolfan QED, Pontypridd

#### 21ain-22ain Mai 2011: Stondin sioe

Gŵyl Tyddyn a Gardd y Sioe Frenhinol.  
Llanfair-ym-Muallt, Powys

#### 16eg Mehefin 2011: Digwyddiad rhwydweithio

Trafodaeth am gyfleoedd i gyflenwi'r sector lletygarwch ym Mannau Brycheiniog.  
Aberhonddu, Powys

#### 4ydd Gorffennaf 2011: Digwyddiad rhwydweithio

Cyfarfod i drafod tueddiadau'r farchnad ar gyfer ffrwythau a golwg o gwmpas uned gynhyrchu.  
Pentanlas, Ceredigion

#### 6ed Gorffennaf 2011: Digwyddiad rhwydweithio

Cyfleoedd i gyflenwi Castell Howell.  
Y Waun, ger Croesoswallt  
Am fwy o wybodaeth neu i archebu, ewch i [www.horticulturewales.co.uk](http://www.horticulturewales.co.uk)



Cronfa Amaethyddol Ewrop ar gyfer Datblygu Gwledig: Ewrop yn Buddsoddi mewn Ardaloedd Gwledig  
The European Agricultural Fund for Rural Development: Europe Investing in Rural Areas



Llywodraeth Cynulliad Cymru  
Welsh Assembly Government