

Handel blijft verkoop power tools trouw, maar ziet marge afkalven door online spelers

21-12-2023 07:00



Wilbert Nass, SALES MANAGER MAKITA

“Zag je dat de fysieke handel in eerste instantie zocht naar een nieuwe rol in het landschap van aanbieders, valt nu te concluderen dat er meer evenwicht is bereikt tussen offline en online. De fysieke bouwmaterialenhandel heeft volop kansen in huis om succesvol te zijn met de verkoop van power tools. Zonder gereedschap geen bouwmaterialenhandel of ijzerwarenspeciaalzaak uiteraard, maar los daarvan is er nog altijd tevredenheid over de toegevoegde waarde van power tools voor de formule, net zoals over het financiële resultaat. In combinatie met korting op factuur en een afgewogen realiseerbare bonusstructuur zijn er nog steeds aantrekkelijke omzetten en winstbijdrage te realiseren.

Verder moet je ook constateren dat online aanbieders al flink wat jaren een serieuze positie hebben opgebouwd als verkoopkanaal. Ook Makita neemt de etailer mee in haar distributiebeleid, waarbij je toch vooral moet constateren dat de online aanbieder zich onderscheidt op vlakken als prijs en productbeschikbaarheid. Het is aan de eindgebruiker om te beslissen waar die zich het meest prettig bij voelt: advies, snelle service en ondersteuning kan daarbij een afweging vormen, maar ook bijvoorbeeld een correcte prijs en de breedte van het assortiment.

Wat in ieder geval wel valt vast te stellen, is dat de overstap naar snoerloos gereedschap nog altijd actueel blijft. Dat geldt nu ook voor zwaardere machines. Er is discussie gaande over de uitstootvrije bouwplaats, wat betekent dat zwaardere machines, vaak ook brandstof aangedreven, nu plaatsmaken voor alternatieve accumachines. De samenleving is volop bezig met duurzaamheid, de bouwplaats vormt daar geen uitzondering op.

Ook Makita is daar volop mee bezig. Ons populaire LXT-platform blijft zich gestaag uitbreiden met nieuwe ontwikkelingen en producten. Deze technologie laat zich prima gebruiken voor reguliere oplossingen. Het nieuwe XGT 40V MAX platform gaat een stapje verder: de machine en de accu communiceren ook met elkaar. De cellen in het XGT-accupack zijn groter en bevatten een andere chemische samenstelling. Daardoor komt

meer energie sneller vrij en dat kunnen LXT-contacten niet verwerken. De robuustere XGT-contacten transporteren de energie naar de koolborstelloze motor, waarvan de diameter en lengte steeds groter worden. Makita ontwikkelt die motoren zelf. Bij LXT communiceren accu en lader met elkaar via een gepatenteerde chip. Dat zorgt voor een optimaal laadproces, dat dankzij de standaard snellader zeer kort is. En dankzij de per machine speciaal ontwikkelde controller worden de maximale prestaties geleverd.”

Levi Hoogerwerf, BMN MIDDELBURG

“Je mag eigenlijk best hardop stellen dat de handel in power tools in feite kapot is gemaakt door online aanbieders. Er zijn enkele merken, zoals Festool, die prima in staat zijn om hun prijsniveau via online en offline kanalen goed te beschermen, maar dat geldt duidelijk in mindere mate bij andere partijen. Het prijsverschil met online aanbieders bedraagt enkele tientjes, terwijl we er dan in feite nog amper op verdienen. We hebben onze voorraadkosten, ons personeel, dat moet allemaal betaald worden.

Dat professionals hier komen, heeft vooral van doen met een gunfactor. Ze zijn hier verzekerd van service, we kunnen de garantie geven van reparatie, terwijl we bovendien uitvoerig toelichting geven op het aanbod. Dat zijn afwegingen die duidelijk in het voordeel uitvallen van de fysieke bouwmaterialenhandel. Power tools zijn steeds meer een service-artikel: de marge op de producten staat onder druk, terwijl er natuurlijk wel de behoefte blijft aan ondersteuning bij een fysiek verkooppunt. Gelukkig zijn er nog altijd accessoires: daar zit voor ons wel voldoende marge op.”

Sacha Thielsch, MARKETING MANAGER PROFESSIONAL BENELUX, MILWAUKEE

“In bouwmarkten zie je nu dat er nu serieuze consumentenbelangstelling ontstaat voor accugereedschap. De overstap naar snoerloos gereedschap is in de professionele markt natuurlijk al langer een issue, de volgende stap is dat we toegroeien naar een volledig uitstootvrije werkplaats. Ook voor zwaardere machines gaat gelden dat fuelgedreven exemplaren worden ingewisseld voor elektrisch aangedreven alternatieven. Daar gaat natuurlijk veel R&D inzitten, maar in ieder geval merk je nu al dat pioniers in de bouwwereld daar al vol op inzetten. Er is geen weg terug: de maatschappij maakt een duidelijke omslag naar elektrificatie. Dat geldt voor het wagenpark, en dat geldt voor gereedschap op de bouwplaats.

Als het gaat om het aankoopkanaal, doen moet je in ieder geval constateren dat internetaanbieders zich duidelijk laten zien als professionele partij die ook voor de bouwprofessional van nut kan zijn bij oriëntatie en aankoop. Gezien die positie heeft dat ook ons doen besluiten geen enkel professioneel verkoopkanaal uit te sluiten. Waar wij ons toe verplichten, is om samen met de handel kunnen ontdekken hoe we via fysieke winkels, online webaanbieders of hybride kanalen (fysieke bouwmaterialenhandel met webshops) de doelgroep het beste kunnen activeren.

Wat ik merk, is dat de fysieke retailer in eerste instantie nog worstelde met dit vraagstuk, terwijl er nu wel degelijk het besef bestaat dat de fysieke winkelorganisatie zich op verschillende onderdelen prima weet te onderscheiden. Dan kun je denken aan directe beschikbaarheid, persoonlijk advies, maar ook aan de snelle mogelijkheid tot reparatie en service. Powertools zijn toch een beetje ‘toys for boys’ in de professionele bouwwereld – bouwprofessionals willen nog altijd graag fysiek kennis maken met innovaties en noviteiten. Gaat het om een herhalingsaankoop of een regulier product dan heeft het online kanaal de voordelen van gemak en uitgebreide productbeschikbaarheid.

Waar wij, maar ook de bouwprofessional, graag gebruik van maakt, zijn onze Job Site Solution-medewerkers.

Dat is zelfs één van onze snelst groeiende disciplines. JSS'ers bezoeken werk- en bouwplaatsen om gebruikers te informeren over productontwikkelingen, zodat ze het meeste profijt uit ons machinepark kunnen halen.”

Quinten van Os, BOUWMAAT DORDRECHT

“De concurrentiestrijd die je op de particuliere markt ziet met nieuwe online toetreders is in onze professionele wereld natuurlijk evenmin onbekend. Een duidelijke representant daarvan is Gereedschapcentrum.nl. Wat ik heb vernomen van vertegenwoordigers is dat die partij grote voorraden haalt uit Azië. Daar kunnen A-merken niks tegenin brengen, maar daarbij geldt tegelijkertijd dat je vervolgens aan het verkeerde adres bent voor service en onderhoud. Koop je een power tool bij Gereedschapcentrum.nl, dan geeft deze partij helaas niet thuis voor reparatie.

Dat is dan tegelijkertijd ook de kracht van de fysieke winkel. Klanten weten dat ze geen risico lopen en dat ze hier altijd terecht kunnen voor service en ondersteuning. De aankoopprijs scheelt misschien een paar tientjes, maar je weet in ieder geval dat je veilig zit. Geen enkele professionele klusser wil de ellende ervaren van gereedschap dat uit de roulatie valt door gebrek aan reparatiemogelijkheden.

De opkomst van online spelers heeft de marge op producten geen goed gedaan. Door de scherpe concurrentie is elektrisch gereedschap in de handel steeds meer verworpen tot service-artikel. Eigenlijk verdien je er weinig aan, zeker gezien de energie die je erin stopt, maar power tools gelden natuurlijk wel als één van de kern-assortimenten in de bouwmaterialenhandel. Bovendien: klanten kopen hier niet alleen hun gereedschappen, maar natuurlijk ook hun bouwmaterialen.”

Harrie Gerritse, GBI GERRITSE, NIJKERK

“Het online aanbod van power tools heeft totaal geen effect gehad op de verkoop. De groei van elektrisch gereedschap zit er nog altijd lekker in. Welke afweging de klant daarbij maakt, vraag ik niet persoonlijk, maar dat heeft bijvoorbeeld van doen met snelheid. Je loopt binnen, kiest een stuk gereedschap van je voorkeur en je loopt weer naar buiten. Bij een online bestelling heb je in ieder geval meer geduld op te brengen voordat de aankoop bij je binnenkomt. Het voordeel is dan wel dat je de bestelling thuis krijgt afgeleverd.

Een deel van de professionals gaat voor de laagste prijs. Ik had vanmorgen nog twee mensen aan de lijn die zich lieten informeren over de verkoopprijs. Die heb ik meteen doorverwezen naar internet: wij gaan niet concurreren met de laagste prijs, wij zijn er voor de service en de zekerheid van toegang tot reparatie. Ik krijg ook wel professionals binnen die online een machine hebben gekocht en deze hier ter reparatie aanbieden. Voor minder frequente klanten reken ik 25 euro onderzoekskosten, bij klanten die hier regelmatig komen voor bouwmaterialen ben ik wat schappelijker.

Het gekke is: bij prijsvergelijkingen met online aanbieders gaat het altijd om power tools, nooit om handgereedschap. Terwijl de marge op die laatste categorie nog altijd op niveau blijft, is elektrisch gereedschap steeds meer een serviceproduct.”

Bas van der Veer, ALGEMEEN DIRECTEUR METABO

“Vorige keer heb ik de opmerking gemaakt dat sommige dealers de neiging vertonen om wat minder gas te geven om aanvullende investeringen te doen in de categorie elektrisch gereedschap. Dat zal misschien zo zijn, maar dat geldt niet uitsluitend voor power tools, maar ook voor andere productgroepen, terwijl deze trend zich

al langer aftekent. Prijsverschillen tussen verschillende kanalen hebben ook te maken met het karakter van online en offline verkooppunten, waarbij ik wel degelijk merk dat er bereidheid blijft bestaan om A-merken als Metabo en Hikoki te ondersteunen.

Dealers die niet uitsluitend afwachten op de volgende klant voor de balie, maar daadwerkelijk investeren in hun service-verhaal en hun toegevoegde waarde, kunnen prima resultaten halen, zoals ook zichtbaar bij partijen als Hilti of Würth, hoewel die natuurlijk rechtstreeks werken. Ondersteuning aan eindgebruikers bestaat niet alleen uit het leveren van gereedschappen of materiaal, maar kent ook andere aspecten, bijvoorbeeld in financiële zin. Ook wij richten onze dienstverlening zodanig in dat we de eindgebruiker optimaal ondersteunen. Dan moet je denken aan reparatieservices bijvoorbeeld, zodat de klant altijd snel toegang heeft tot een werkende machine. Of denk aan een leaseconstructie, waarbij het zelfs mogelijk is om boormachines per boorgat te leasen.

De fysieke bouwmaterialenhandel heeft voldoende ammunitie in handen om zich te onderscheiden van online. Ook op productniveau. De overstap van snoer naar accu blijft een zeer actueel thema, zeker nu de emissievrije werkplek steeds vaker op de agenda staat. Zwaardere producten die voorheen door een verbrandingsmotor werden aangedreven, maken nu plaats voor alternatieven met accu. Dat is een prachtige kapstok voor de handel om de eindgebruiker van advies te voorzien en voor langere tijd met service te ondersteunen."

Ronald Smauter, PROBIN, DELFZIJL

"Soms kiest de professional voor internet, soms voor de fysieke aankoopplek. Het is maar net welke afweging daarbij in het geding is. Onze klantenkring gunt ons de klandizie, ook al zijn we misschien per stuk gereedschap enkele tientjes duurder. Het is vooral de groep klanten die gemak en service op prijs stellen, bijvoorbeeld omdat we de garantieservice overnemen van het merk. Klanten hebben bij wijze van spreken geen omkijken naar reparatie van een defect apparaat, dat nemen wij uit handen. Ik wil trouwens niet beweren dat webshops geen service bieden. Er zitten partijen tussen die wat dat betreft best onderscheidend zijn.

En wat betreft de marge: dat staat inderdaad onder druk, maar als je een beetje slim inkoopt, kan je nog best in de buurt komen van een zeer acceptabel marginiveau. Als de klant echt voor de laagste prijs wil gaan, dan moet je ook een keer 'nee' durven zeggen. Power tools zijn niet bepaald margebrengers, je moet de marge vooral halen uit verbruiksartikelen als boortjes. Maar goed, een Probin-vestiging zonder elektrisch gereedschap valt moeilijk voor te stellen. Dat is zoiets als een café zonder bier."

Redactie