

“Aanval is de beste verdediging”

30-10-2016 09:38



Als commercieel manager VBS bij Sikkens maakte Rob van Prooijen de gang van CetaBever naar de bouwmarkten mee. Net als Sikkens' Ondernemersplan, de Verf en Behangkrant, de opkomst van Levend Wit en Couleur Locale. “Professionele producten werden geïntroduceerd bij VBS-winkels. Het waren roerige tijden. Sikkens begon Decorette, Sigma volgde met Decohome. En nu zijn er veel winkels die hun assortiment succesvol hebben verbreed met woningtextiel. “Misschien is het hun redding geweest”, zegt Van Prooijen nu.

Bokshandschoenen

“Het grootschalige geweld ging maar door en nu komen daar Bauhaus en Hornbach bij. Desondanks weet ik zeker dat er voor overtuigde VBS-winkels een boterham te verdienen is. Al dan niet in combinatie met een schildersbedrijf”, zegt Van Prooijen. “Maar die ondernemers moeten dan wel de (boks)handschoenen oppakken en zich niet de kaas van het brood laten eten. Het gaat om vier punten: onderscheidende reclame, internet, assortiment en de juiste club.

Verf omzet opstuwen

Volgens Van Prooijen is de verformzet van winkels wel degelijk te beïnvloeden met op maat gemaakte en goede reclame. “Reclame is een maatpak, geen eenheidsworst. Het gaat om jouw identiteit. De ‘trigger’ is een actie, geen twijfel mogelijk. Het doel daarvan is niet alleen meer omzet, maar nog veel belangrijker, nieuwe klanten in de winkel te krijgen. Die heb je nodig voor continuïteit van je bedrijf. Wat wij bij Concepts & Companies anders doen is dat wij voor onze formules [Colors@Home](#), Voor Verf & Behang en Voor Verf &

Wonen actieflyers gebruiken om juist ook je sterke punten over te brengen aan je markt. Een dubbelslag dus.”

Onderscheidend: Verfexpert flyers

C&C's verfexpert-aanpak bestaat uit vijf flyers, die worden verspreid op momenten in het jaar dat verf in de aandacht staat. De voorkant van de flyer is altijd een actie. De achterkant kan helemaal persoonlijk worden gemaakt. Daar kan iedere winkel zijn eigen sterke punten naar voren brengen. De Verf & Wonen-winkels kiezen dan voor het schildersbedrijf, anderen voor hun 'meet en montage-service'. Van Prooijen: “Wil je een folder met alleen Sikkens-producten? Sikkens én Sigma, of alleen Sigma? Ook raamdecoratie er bij? Maken we voor je. Het gaat altijd over toegevoegde waarde. De flyers worden inclusief verspreiding tegen concurrerende tarieven aangeboden aan de winkels. Het effect op de omzet is groot. Heel bijzonder in een markt die zo onder druk staat. We realiseren op dit moment een plus van 11% in verf, 6% in behang en 23% in private label-behang.”

Webshop Verflab

Een webshop is essentieel in deze tijd, weet ook Van Prooijen. C&C biedt iedere ondernemer die dat wil zijn eigen webshop aan. Daar kan hij zijn Akzo en/of PPG en/of van Wijhe en/of private label assortimenten voeren. Van Prooijen legt de nadruk bewust op 'of' want de ondernemer heeft altijd zijn eigen keuze. Daarnaast kan hij ook nog per product een korting invoeren of uitzetten op ieder moment dat hij dat wil. “Laat je niet verleiden tot het betalen van honderden euro's per maand voor Adwords. Een groot gedeelte hiervan verdwijnt vaak in de zakken van degenen die jou zouden moeten helpen.”

Assortiment

Van Prooijen: “Het ideale assortiment van een VBS-zaak is dat wat niet in de bouwmarkten staat. Daar is nog veel winst te behalen voor ondernemers. Daarnaast kun je niet zonder een groot assortiment onder eigen label als je wilt ontkomen aan het internetgeweld. Het is dan wel heel erg belangrijk dat dit assortiment in je reclame goed wordt uitgedragen. Je kunt dus niet zonder maatwerk. Sommigen willen alleen (heel veel) verf en behang, anderen willen daar raamdecoratie bij en weer anderen ook nog gordijnen of vloerbedekking. Dat kunnen we bij C&C allemaal prima voor je regelen.”

De juiste club

Van Prooijen heeft een duidelijk advies aan VBS'ers: “Kies voor een club die je in jouw specifieke keuze ondersteunt en laat je niet in een bepaalde richting duwen. Bij C&C is de ondernemer het merk. Wij doen er alles aan om onze dienstverlening op maat te snijden. Hem als een handschoen om de ondernemer heen te passen. Maatwerk in assortiment, maatwerk in folders en flyers en maatwerk in winkelinrichting. Dat begint al bij de instap. Als je bij ons toetreedt, ontwerpen we een winkelinrichting op maat en krijg je die inclusief technische werktekeningen. Als je met je eigen schilder en stoffeerder je winkel inricht, kost dat echt geen € 50.000. Bij ons lukt dat al voor € 5.000.”

In ruil voor al dat maatwerk zal de contributie wel hoog zijn? Van Prooijen: “Integendeel. Wij laten ons niet door de ondernemers betalen maar door de leveranciers. Intussen zijn we zo'n grote club dat leveranciers graag met ons meewerken en onze leden bovendien uitstekende marges bieden. Winkeliers betalen bij ons € 1.935 per jaar en krijgen 2 tot 7% over de inkoop bij onze contractleveranciers retour. Dat is altijd genoeg om die contributie terug te verdienen.”

Aanvallen móét

Van Prooijen strijdlustig: “Alle winkels onder één noemer duwen, is gemakzuchtig en leidt tot een halfslachtige aanpak zonder resultaat, maar wél met kosten voor de ondernemer. Kies voor een club die de moeite neemt om jou met al je prachtige kwaliteiten voor het voetlicht te brengen. En die je ook nog eens een bonus geeft, zodat je geld verdient in plaats van betaalt. Heb je behoefte aan een gesprek over de toekomst van jouw bedrijf? Bel me dan gerust op mijn mobiele nummer 06 53 53 38 00. Want aanvallen – of je dat nou leuk vindt of niet – wordt een keiharde noodzaak. Je concurrenten aarzelen geen seconde wanneer ze de kans hebben

een eind aan jouw bedrijf te maken. Geef ze geen kans meer, zorg voor je zaak.”

admin