

Marketing op voorraad



Meijer & Van der Ham

Meijer & Van der Ham Management Consultants adviseren bedrijven bij het opstellen van een vernieuwende strategie en het verbeteren van hun organisatie.

Daar ben je blij mee! Is er gelukkig een enorme vraag naar nieuwe fietsen, kun je ze vervolgens niet krijgen. Voor sommige fietsen zijn er al wachttijden van een half jaar. Op internetfora zien we de vertwijfeling en de klachten. Waarom hebben we geen grote voorraden meer? Moeten we niet terug naar vroeger?

We zien nu het gecombineerde effect van verschillende invloeden die elkaar versterken tot een perfecte storm. Allereerst was er de opleving van de vraag na de eerste coronagolf waarin orders voor onderdelen waren afgezegd die vervolgens toch nodig waren. Dat werd gevolgd door een sterke opleving van de verkoop doordat consumenten de fiets als een corona-veilig alternatief voor OV

prijzen gestunt hoeft te worden. Vraag en aanbod bepalen het prijsniveau en dat valt deze keer gunstig uit voor degenen die het aanbod hebben. Ik zie geen redenen om terug te verlangen naar vroeger en grote voorraden fietsen aan te leggen. De schaarste betreft nu vooral de onderdelen. Dat zou je moeten zien als een goede reden om de keten om te draaien en de onderdelen in de fiets te stoppen die daadwerkelijk verkocht is. Als de levertijden nu toch omlaag gaan, dan is dit het uitgelezen moment om op klantvraag te gaan produceren. Dat is een uitstekende reden om nu gewoon te gaan proberen. Een waarschuwing is echter op zijn plaats: "Het zou wel eens heel goed kunnen bevallen en dan wil je niet meer terug."

'MIJN DEFINITIE VAN STRATEGIE IS: DE SCHAARSTE VOOR JE LATEN WERKEN'

zien, én fietsen tijdens de lockdowns één van de weinige toegestane sportmogelijkheden vormt. In de laatste maanden van 2020 kwamen daar nog extra problemen bij door extra voorraadopbouw vanwege Brexit. Als er al ergens onderdelen gekocht kunnen worden, dan zorgt het terugschroeven van de transportcapaciteit door reders van containerschepen ervoor dat je die onderdelen niet zomaar naar Nederland kunt brengen. Vervolgens rent iedereen dezelfde kant uit en creëert de schaarste zichzelf: door tekorten gaat iedereen voorraad aanleggen en ontstaat er automatisch een groter tekort. Wat kun je dan nog doen? Mijn definitie van strategie is: de schaarste voor je laten werken. Er zijn diverse richtingen om daar invulling aan te geven. Allereerst is er natuurlijk het goede nieuws dat er niet met

Misschien kan de fietsenbranche de crisis ook aangrijpen om nog iets meer te doen aan de uitdagingen van de komende 20 jaar. Als we toe moeten naar een circulaire economie, dan kunnen we nu starten om oude fietsen terug te nemen en weer een nieuw leven te geven. Dat kan variëren van een eenvoudige schoonmaakbeurt en verkoop als tweedehands, tot een complete herfabricage. Het gebruik van gebruikte artikelen neemt nu een grote vlucht, dus daarmee speel je goed in op de tijdgeest en er zijn volop marketingkansen op voorraad: groen, tweedekans, jong gebruikt, refurbished of vintage. Kies de er één die past bij de invulling die je zelf geeft.