

Nukken

EN GRILLEN van inkoop

UBE VAN DER HAM

"Rob, ik hoop dat er nu eindelijk iets verandert. De FietsVAK staat weer voor de deur. Dat was traditioneel het moment voor de vakhandel om zich nog eens goed vol te stoppen met extra voorraad. Het afgelopen jaar zijn er echter niet zo veel nieuwe fietsen verkocht, dus aan voorraad is er bij de meeste bedrijven geen gebrek. Aan financieringsmogelijkheden voor die voorraad overigens wel. Ik hoop dat dat nu aanleiding geeft om eens anders naar de inkoop te kijken. Er waren vroeger genoeg detailhandelaren die altijd riepen dat er Just In Time geleverd moest worden. Dat winterordersysteem was 'een schande', maar als het er op aankwam, kochten ze op de FietsVAK toch nog even 50 extra fietsen omdat ze daar een BBQ en een procent korting bij kregen. Daar gaan dan alle goede voornemens op zo'n beurs. Wat een fijn gesprek had kunnen worden over lokale marktontwikkelingen, positionering van de winkel, opbouw van de collectie en rendement per vierkante meter, ontardt in platte verkoop met spiegeltjes en kraaltjes. Je kunt het die fabrikanten niet eens kwalijk nemen. Als de winkeliers daar warm voor lopen, dan moet je dat ook maar bieden. Met de elektrische wielerploeg laten fabrikanten zien dat zij best anders willen werken. Voor alle retailers die nog twijfelen, leg ik het nog één keer uit. Er is schaarste aan klanten en niet aan toeleveranciers, dus je moet je bij alles wat je doet afvragen hoeveel klanten extra je daardoor krijgt. Die BBQ levert geen klant extra op, dus als een vertegenwoordiger daarover begint, dan moet je die direct wegsturen en met zijn baas verdergaan. Vertegenwoordigers zijn hardleers en daar helpt een subtiele aanpak niet bij. Voor wie het toch liever ouderwets gezellig houdt, heb ik het volgende idee: er zijn op zo'n beurs altijd stands die als aankleding een paar heel oude fietsen tegen de wand spijkeren om hun rijke historie te tonen. Laten we afspreken dat we daar een verkooftafel bij zetten, met een ruime collectie aan BBQ's, tuinstoelensets en andere verlokkelijke cadeaus. Aan die tafel wordt je bovendien te woord gestaan door die ene vertegenwoordiger die gegarandeerd een nieuwe 'mop van de dag' heeft. Wat wil je nog meer? Je komt in feite in een soort levend museum. Als daar een markt voor is, dan kunnen vraag en aanbod elkaar daar in een fijne ambiance ontmoeten. Ik ben benieuwd welke winkelier het lef nog heeft, om aan die tafel te gaan zitten."





ROB MEIJER

“Ube, het kan nog veel ambitieuzer. Inkopen doe je niet alleen met leveranciers. Dat moet ook bij klanten. Bij een kledingzaak bij ons in Amsterdam verkopen ze nu spijkerbroeken die ze na een jaar weer terugkopen. Echt waar. Je betaalt daar € 20,- statiegeld en € 5,- per maand aan huur en na een jaar verkoop je je broek voor die € 20,- weer terug. Ze hebben meer dan 30 klanten in de week voor zo’n broek. Vooral bij studenten schijnt het buitengewoon populair te zijn om in een leasebroek door het leven te gaan. Die broek kan na afloop gerecycled worden en daarmee ben je dus ook nog maatschappelijk verantwoord bezig: leuk voor je groene imago. Je kunt de klanten echter ook gebruiken om je collectie en je inkoopbeleid te bepalen. Het is vreselijk moeilijk om te voorspellen wat klanten willen, want hun wensen zijn buitengewoon grillig. Je moet het daarom gewoon gaan vragen. Eerst bepaal je aan de hand van de positionering van de winkel en de verkoopcijfers wat de ruwe contouren van de collectie zouden kunnen zijn. Daar zoek je een ruime hoeveelheid producten bij, waarna je je klanten op Facebook laat stemmen om te zien wat ze leuk vinden. Zeggen en doen, zijn nog wel twee verschillende dingen. Je kunt daarom zelf klanten de mogelijkheid geven voor voorintekening op nieuwe modellen, zodat je zeker weet wat ze zelf zouden kopen. Op die manier krijg je van een grote groep mensen een korte indruk over hun wensen. Je kunt ook met een kleinere groep klanten intensief aan de slag gaan. Zoek daarvoor in je klantenkring naar mensen die graag voorop lopen. Wie zijn die trendsetters tegen wie andere mensen stiekem op kijken? Wie gingen er als eerste met zo’n kratje met bloemen voor op de fiets rondrijden? Bij wie vragen de mountainbikers in hun clubje advies over de nieuwste spullen? Dat zijn de mensen waarmee je moet nadenken over de richting waar de collectie naar toe moet gaan. Vraag aan hen wat zij zouden willen en waarom. Neem die mensen eventueel mee naar de beurs en praat met elkaar over alles wat daar wordt aangeboden. Absorbeer alles wat ze zeggen en kijk heel goed bij welke spullen ze stil blijven staan, waar ze aan zitten en waar de ogen gaan glimmen. Je maakt daar gewoon een leuke dag van en gaat na afloop gezellig nog even grillen met elkaar. Er is vast een fabrikant die dat in natura wil sponsoren.”

Rob Meijer en Ube van der Ham adviseren bedrijven bij de keuze van hun strategie en de inrichting van hun organisatie. Hun onderzoek naar de toekomst van de fietsdetailhandel is enkele jaren geleden gepresenteerd op het jaarcongres van BOVAG Fietsbedrijven.

www.meijervanderham.nl

MEIJER & VAN DER HAM
Management Consultants

Meijer & Van der Ham B.V.
Javakade 24
1019 BK Amsterdam
T: 06 – 51 18 90 16
F: 020 – 419 79 40
E: ube.van.der.ham@meijervanderham.nl

Publicatie

Bijgaande publicatie is tot stand gekomen naar aanleiding van één van onze adviesprojecten. De auteur van het artikel is geheel verantwoordelijk voor de inhoud daarvan. Ook het auteursrecht ligt bij de auteur.

Meer informatie

Indien u naar aanleiding van het artikel meer informatie wenst, kunt u telefonisch (06-51189016) of via E-mail contact opnemen: ube.van.der.ham@meijervanderham.nl
Op onze website vindt u bovendien onze visie op diverse actuele thema's die hoog op de directieagenda staan: www.meijervanderham.nl.

Over Meijer & Van der Ham Management Consultants

Geschiedenis

Meijer & Van der Ham Management Consultants is opgericht in 2004 vanuit de overtuiging dat ondernemers behoefte hebben aan onafhankelijk advies, een no-nonsensebenadering en een strategie waarin visie gebaseerd wordt op feiten en cijfers. Rob Meijer & Ube van der Ham werkten voorheen bij achtereenvolgens Coopers & Lybrand, PricewaterhouseCoopers en IBM Business Consulting Services. Sinds respectievelijk 1996 en 1995 zijn zij actief in de advisering van ondernemende organisaties.

Onderscheidend vermogen

Wij hebben ruime ervaring als consultant opgedaan in meer dan 150 projecten op het gebied van strategie, organisatiestructurering en –besturing. Wij hebben een groot aantal markt- en branchestudies uitgevoerd voor zowel brancheverenigingen als individuele bedrijven. Onze cliënten geven aan dat wij de conceptuele kwaliteit van een groot adviesbureau - beter dan anderen - weten te vertalen in praktische aanbevelingen die de organisatie verder helpen. Grote en kleine opdrachtgevers kwalificeren de samenwerking als een laagdrempelig contact op hun eigen niveau. Zoals één van onze klanten dat verwoordde: "*Meijer & Van der Ham Management Consultants levert de kwaliteit van een groot adviesbureau met de praktische insteek van een ondernemer.*"