

Home Made By zelfverzekerd richting nieuwe klant

29-09-2018 00:04



Hoewel Home Made By een jonge organisatie is, heeft ze diepe roots in zowel de VBS-branche als de

woninginrichting. De winkels bestaan vaak al jaren, maar versterken hun lokale positie door de aanpak van Home Made By. Mix vroeg zes Home Made By ondernemers naar hun ervaringen met deze nieuwe werkwijze.

Karin Vasse – Vasse Hardenberg

“We zijn langzaam opgeschoven van verfaanbieder naar totaalaanbieder. Je kunt als winkel tegenwoordig niet meer alleen van verf leven. Je moet een andere rol aannemen, dat is de enige manier om te blijven bestaan. Het gaat niet om een product, het gaat om de mensen. Wij zijn blij met onze transitie naar het totaalconcept van Home Made By. Zij ontzorgen ons bijvoorbeeld met de collectie. Deze is zorgvuldig afgestemd en wordt op een verrassende wijze gepresenteerd. Dat spreekt klanten aan. Door de veranderingen is ons aandeel verf niet gedaald, maar we zien wel dat we meer verf verkopen binnen projecten, omdat we klanten helpen met de complete inrichting van hun huis. Daarbij is de prijs minder een discussie geworden.

Misschien missen we nu de klant die op zoek is naar de allerlaagste prijs, maar we krijgen er klanten voor terug die ons vergeten waren en nu herontdekken. Ook de jeugd ontdekt ons, ze vinden onze winkel trendy en de prijs valt ze mee. Over het merk Home Made By hebben we niets dan lof, ons assortiment bestaat daar voor 90% uit. De organisatie krijgt steeds meer vorm. Soms is dat wel even doorbijten omdat er veel verandert, maar je moet het vertrouwen en tijd geven. Misschien vinden sommige collega's dat moeilijk, maar focus houden is de enige manier voor de komende jaren. Daar zien we nu al de voordelen van.”

Maarten Verstraeten -

De Verfmolen in Hulst

“Vorig jaar hebben we onze winkel verbouwd en drastische keuzes gemaakt. Alle merkleveranciers hebben we aan de zijlijn gezet. Omdat wij uit een andere branche komen, konden we dat ook makkelijker doen. Ik heb begrip voor de strategie van deze leveranciers gezien de ontwikkelingen in de markt, maar wij kunnen niet langer afhankelijk zijn van merken.

Toen mijn vrouw en ik de winkel overnamen vroegen we ons af hoe we verder wilden. Die keuze viel samen met de introductie van Home Made By. De strategie sprak ons aan, er werd een duidelijke koers uitgezet. Je vindt bij ons nu niets meer terug van Deco Home. Ik vind dat, wanneer je een keuze maakt, je er vol voor moet gaan. Eigenlijk geldt dat voor ieder collectief, dan ben je het meest effectief. Home Made By bouwt aan een innovatief, Nederlands interieurmerk en niet aan een winkelformule. Als ondernemers zijn wij lokaal het belangrijkste merk. Home Made By heeft een heldere online strategie en zorgt ervoor dat wij binnen onze eigen regio bekend worden door online voor ons te adverteren. Dat levert ons klanten op die ons nog niet kenden.

Han Wessels - Huls in Borne

“Natuurlijk hebben we eerst gekeken hoe het ging toen Home Made By werd uitgerold. We hebben 22 jaar ervaring met verf, behang, vloerbedekking en raamdecoratie, maar de mensen kenden ons vooral als verfwinkel. Door Home Made By hebben we ons gepositioneerd als totaalinrichter. We merken dat dit vruchten afwerpt. We worden nu als volwaardige aanbieder gezien, stoffering wordt steeds belangrijker. Dat we verf

verkopen weten de mensen toch wel.

Het gaat om beleving, hoe je met mensen omgaat. Onze winkelmedewerkers zijn intern door Home Made By opgeleid tot stylist. Ze hebben een andere werkwijze geleerd waardoor ze veel beter begrijpen waar de klant behoefte aan heeft. Daarmee halen ze grotere projecten binnen. Ook zijn onze monteurs meer op de hoogte van de nieuwe werkwijze. Zij nemen meer tijd bij de klanten, zonder dat dit omzet kost. Wij zijn zeer tevreden met de opzet van de winkel, maar ook met de organisatie. De nieuwe koers past bij ons.”

Simone Koomen –

Beko Interieurs in Heiloo

“De nieuwe uitstraling heeft onze winkel een boost gegeven. Het verschil met andere woninginrichters is dat wij onze klant op een andere manier helpen. Wij pakken het probleem aan, dat kan van raamdecoratie tot een compleet interieuradvies voor een woonhuis zijn. Iedereen geeft advies, maar wij gaan specifiek in op woonwensen, waarbij niet het product, maar de klant centraal staat. Klanten hebben behoefte aan meer advies op maat, ze willen het complete plaatje zien. Zeker bij nieuwbouw overzien ze dat niet. Wij helpen dan door een compleet plan voor hun interieur neer te leggen.

Home Made By is een vooruitstrevende organisatie en dat is nodig in deze tijd. Wij hebben ons aanbod afgebouwd. Je moet keuzes maken, je kunt niet alles hebben. Meer verkopen met minder collectie, dat is het uitgangspunt. Mensen komen niet voor een merk binnen, maar voor het advies.”

Marjo Bos –

Bos Woonprofessionals

“Toen we kennis maakten met Home Made By zagen we direct wat dit voor ons kon betekenen. Er wordt veel gebouwd in onze regio, dat biedt kansen. Twee jaar geleden hebben we al een styliste aangenomen, die ook naar klanten toegaat. Zij zag kansen voor de verkoop van gordijnen, maar daarvoor was onze winkel te klein. Daarop hebben we uitgebreid verbouwd waarbij we professioneel werden begeleid door de retaildesigner van Home Made By. Zij keek met een frisse blik naar onze winkel met als gevolg dat mensen nu hun ogen uitkijken als ze binnen komen. De combinatie van de producten is heel sterk. Omdat we bekend staan om onze kwaliteit, verwachten ze dit ook bij de stoffering.

De collectie van Home Made By bevalt ons goed en we krijgen veel ondersteuning. Er is tijd voor evaluatie en verbetering en er wordt geluisterd naar onze wensen. Dat vind ik fijn. Je moet elkaar binnen de club scherp houden.”

Redactie MIXpress