

Formido groeit en biedt groei

16-03-2014 01:00



“In Nederland zijn er te veel bouwmarktformules”, aldus Formido-directeur Jan van den Ham. “Alleen de sterkste formules zullen overleven en wij zijn er van overtuigd dat wij dat met Formido kunnen.” In 2013 groeide Formido in aantal vestigingen. En de wervingsactie die Formido eind 2013 startte om nieuwe ondernemers te werven, gaat volgens hem geheid een aantal nieuwe vestigingen opleveren. Het aantal reacties heeft de verwachtingen overtroffen. Iets meer dan de helft van de bezochte ondernemers heeft laten weten geïnteresseerd te zijn in een gesprek. “Ondanks dat we ondernemers heel veel te bieden hebben, blijft een overgang van de ene naar de andere formule een hele stap. Daarom helpen wij ondernemers daar heel intensief bij. Deze ondernemers waagden de stap al: Haren, Zevenaar, Beek & Donk, Nijkerk, Emmer-Compascuum.”

Lokaal ondernemerschap, sterke organisatie

Een strakke formule, lokaal ondernemerschap, convenience-assortimenten, service en advies met rendement en de grote Maxeda-moeder voor scherpe inkoop. Dat is wat Formido tientallen ondernemers voor de Kerstdagen aanbood in een heel opvallende deal.

In de laatste weken van 2013 verraste Formido veertig tot vijftig geselecteerde bouwmarktondernemers met een fles champagne, een tablet met een Formido-video en een opmerkelijke brochure. Maar het meest spraakmakend was een forse waardecheque. Het bedrag draagt Formido bij aan de ombouw van de winkel van ondernemers die binnen een jaar een Formido openen.

Vrijwel unaniem hebben de bezochte ondernemers positief gereageerd op het bezoek en het pakket. Formido heeft de ondernemers volgens Van den Ham dan ook veel te bieden. "De wereld is veranderd en Formido heeft al die veranderingen redelijk goed doorstaan. We zijn een gezonde en sterke formule die klaar is voor de toekomst" De succesfactoren volgens hem: "De formule van de Deco-bouwmarkt staat strak, we hebben lokaal ondernemerschap toegevoegd en het succes daarvan bewezen. Daarnaast zijn we gestart met convenience-assortimenten, gemakspullen die klanten zonder oriëntatie kopen daar waar ze ze tegenkomen en hebben we met Maxeda-DIY een sterke moeder die de keten verzekert van scherpe inkoop. Nieuw is service en advies als speerpunt in de communicatie. In oktober 2013 startte Formido met maatwerkkasten, inclusief inmeten en monteren. "Binnen een mum van tijd startten de meeste ondernemers er mee en bedroeg het resultaat het dubbele van onze verwachting. Toen we aan ons laminaataanbod een legservice toevoegden, verkochten we 10 tot 15% meer laminaat." Twee voorbeelden van service en advies waarvan Formido er in 2014 nog meer gaat ontwikkelen.

Compact 1000: nog beter rendement

Naast de Decobouwmarkt (1.750-2.000 m²) en de Formido Plus (2.000-4.000 m²) biedt Formido ondernemers het Compact 1000-concept. Een complete winkel voor decoratie en onderhoud van huis en tuin, recent geoptimaliseerd voor het beste rendement per meter.

Naast de Deco-bouwmarkt en de Formido-plus startte Formido in 2011 met het Compact-concept, een module voor 1.000 m² vloeroppervlak. Na een evaluatie is het concept vernieuwd en de positionering op decoratie en onderhoud van huis en tuin aangescherpt. Arjan Nederhand, Manager Verkoop Franchise: "Binnen de relatief beperkte ruimte moet je een scherpe keuze maken en tegelijk goed op de omzet van de groepen letten. Liever nog op het rendement per vierkante meter. We hebben accenten gelegd op groepen met toegevoegde waarde. Alle andere groepen zitten nog in de winkel, alleen soms op minder meters, met minder merken. Dat het werkt, bewijst een plus van 8,5% na 8 weken."

De nieuwe Compact 1000 is een combinatie van schappenplannen die je als ondernemer, al naar gelang de lokale behoefte, op maat kunt samenstellen in kleine middel tot grote varianten van de groepen. Opvallend in de winkel is het actieplein: bewust vrijgehouden om actie- en seizoensproducten te kunnen showen. Nederhand: "Die acties komen er, dus daar moet je gewoon ruimte voor vrijhouden. Bovendien verandert je winkel zo steeds." In de winkel is veel bestelassortiment aanwezig en een centraalgelegen maatwerkplein trekt de aandacht met een geclusterd aanbod van laminaat, deuren, maatwerkkasten, maatwerk raamdecoratie en behang. Daaromheen het aanbod van de tegels, standaard raamdeco en snijmateriaal."

‘Leuk om u verder te helpen’

Op marketinggebied volgt Formido een eigenwijze koers en op dat gebied staat er in 2014 weer veel te gebeuren. Van sponsoring en een centrale klantenkaart tot een mobiele webshop, trainingen en een serie om te bouwen winkels.

"Leuk om je verder te helpen" is de pay-off waarmee Formido in 2014 gaat communiceren. In een mix van folders, acties, sponsoring en gekoppelde acties trekt de bouwmarktketen de consument naar de winkel. Marketingmanager Miriam de Bruin: "Sponsoring van autosport, eredivisievoetbal en Nederlandstalige muziek geeft ons heel veel naamsbekendheid en exposure. Zo veel dat consumenten in een recente enquête zelfs onze commercial als leukste bouwmarktpot noemden. Terwijl we helemaal geen tv-spots uitzenden."

Formido koppelt de sponsoring slim aan acties. Zo kunnen consumenten ook in 2014 weer een straatoptreden van Jannes winnen in hun buurt. Een mooi staaltje van sponsorrendement, gekoppeld aan lokale binding.

Maar er staat meer te gebeuren: in 2014 start Formido ook met een centrale klantenkaart. De Bruin: "Anders dan een kortingskaart willen we klanten voordeel en voorrecht bieden. Denk aan een exclusieve koopavond, aanbiedingen als eerste, vipkaartjes voor Zandvoort of stoere mannenuitjes." Ook staat er een mobiele webshop op de agenda. "Onze webshop doet het heel goed en alle omzet loopt via de lokale ondernemers. We krijgen nog niet zo veel mobiele bestellingen maar zien wel heel veel mobiele raadplegingen. Daarom spelen we daarop in met een webshop voor mobiel." Daarnaast werkt Formido aan een pakket opleidingen en trainingen op gebied van productkennis en verkoopvaardigheden om invulling te geven aan het pakket service en advies. "En natuurlijk gaan we ook in 2014 weer een mooie serie winkels ombouwen", lacht De Bruin.

Marc Nelissen