

Gezond geld verdienen met licht

04-09-2015 09:54



'Better together' is het motto van Eglo Verlichting. En die kracht van de samenwerking geldt niet alleen voor de landen binnen het concern, hij geldt ook voor de samenwerking tussen Eglo en haar klanten. "We hebben nu de beste collectie sinds jaren", zegt John van Vugt. Voor het nieuwe lichtseizoen hebben we ongeveer 400 nieuwe items die zeer actueel zijn, heel goed qua prijs en kort op de markt." Het nieuwe programma bevat dus veel gegarandeerde hardlopers, aldus de fabrikant zelf. Tel daarbij op dat de toppers van eerdere jaren nu ook omgebouwd zijn naar Led en de munitie die Eglo retailers biedt voor een succesvol lichtseizoen is superscherp.

Het Vintage-concept is een voltreffer, volgens Van Vugt. "Was het al, maar dit jaar gaan we daar nog eens dunnetjes overheen. Buitenverlichting is ook weer actueel en de nieuwe Topline Outdoor Collection geeft deze productgroep een extra boost. De markt heeft Eglo nu ook ontdekt als leverancier van lichtbronnen en dat is super. Verder klinkt het Led, Led, Led. "We hebben in Nederland voordeel van de kracht van de grote groep Eglo-landen", zegt Van Vugt. "We leveren vanuit Oosterhout naar geheel Noord West Europa, en doordat we hier succes hebben, luisteren de ontwerpers steeds vaker naar onze wensen zodat het assortiment nu echt top voor onze markt is."

Snel en veel wisselen

Goede producten, de juiste kwaliteit, helemaal de goede 'looks', voor een goede prijs en in een passende presentatie. Wat wil je als winkelier nog meer? Toch ziet Van Vugt met lede ogen aan hoe de markt maar naar het prijswaapen blijft grijpen. "De consument snapt daar toch niets meer van? Ik zie kortingen van 40- tot 50% procent, daarmee maak je jezelf toch ongeloofwaardig?" Bovendien is het volgens hem helemaal belangrijk om te zoeken naar een goede mix van actie en vernieuwing om de omzet en het rendement te verhogen. Het recept van Eglo: lokale voorraad in de Benelux, snelle levering van een breed assortiment en totale ontzorging. Daarmee voorkom je als winkelier dat je je winkel moet volladen met veel producten. Die hebben echt niet allemaal en hoge omloopsnelheid waardoor je van sommige dingen te veel hebt, van andere te weinig en niet meer op de trend zit met je verlichtingsafdeling. Van Vugt: "Een goede verlichtingsafdeling heeft een trendy-assortiment en dat betekent dat je veel en snel moet kunnen wisselen. Met de trends mee. Wij kunnen dat voor onze winkeliers en zo kunnen zij gezond geld verdienen met licht."

Stevig bouwen

Van Vugt ziet in de markt minder keuze op de bestaande schappen en minder voorraad en dat geeft een zeker risico. Een klant die twee winkels af moet om de benodigde materialen voor zijn klus te maken wordt daar niet blij van. Terwijl wij voor een heel flexibel assortiment kunnen zorgen. We hebben 12.000 actuele sku's en een uitstekende leveringsgraad. Dat dat Eglo succes oplevert, blijkt wel uit de cijfers: met een omzet van 381 miljoen Euro pluste de fabrikant in 2014 met 14%, bouwde zij nieuwe productie faciliteiten in Hongarije en India, geheel vrij van bankkredieten. Op Eglo kun je dus gerust bouwen."

Deal sluiten

Van Vugt: "Wij bieden veel actie en innovatie, maar zien dat sommige winkels stil staan. Als je ziet hoe snel webwinkels schakelen: ze zien iets op dag 1 en vanaf dag 2 hebben ze het in hun shops en start de verkoop." Volgens hem moeten de winkels ook sneller schakelen. Ze moeten de consument wel 'teasen' met goede innovatieve producten, goede prijzen, de juiste timing en goede presentatie. "En meteen de deal sluiten in de winkel. Anders schrijven ze het nummer op en ben je de klant kwijt aan een webshop." Op dat vlak traint Eglo medewerkers van diverse klanten met succes. Qua assortiment, qua verkoop- en presentatietechniek. "Cross-selling is belangrijk. Verkoop meteen een dimmer bij een lampje. En als je het armatuur van je klant niet op voorraad hebt, laat hem in de catalogus kijken en bestel het voor hem. Allemaal zaken waar wij je in kunnen 'service 'en'. Ik daag iedereen uit dat met ons te proberen."

Marc Nelissen