Biechten

16-03-2016 08:39



Als zelfstandig detaillist voeren we al sinds heugenis een assortiment van een bepaald merk e-gereedschap. De laatste vijf à acht jaar waren de veranderingen talrijk en is de afzet in onze winkel behoorlijk terug gelopen. Het is daarom zeker niet raar dat deze fabrikant heeft gekeken naar andere afzetkanalen. Echter is een punt bereikt waarbij het lijkt of hij is doorgeslagen. Let op: hier had ook de naam van een vijverpompenleverancier, kachelleverancier of andere leverancier kunnen staan. dit voorbeeld staat niet op zichzelf.

Onlangs bestelden we bij hem vijf elektrische heggenscharen. Inclusief btw bedroeg de inkoopnota bijna

€ 800,-. De geringe handelsmarge was zeer opvallend. Ter controle van de juistheid van de inkoopprijs is hulplijn Google geraadpleegd en werd de onjuistheid van de inkoopfactuur meteen duidelijk. De vijf elektrische heggenscharen onderbrengen bij een willekeurige internetaanbieder zou leiden tot een inkoopnota ter grootte van € 620,-.

De leverancier gaf een vage reactie: brutoprijzen werden going-prijzen met lagere marges, bla, bla, bla. Niet duidelijk werd waarom de vijf heggenscharen bij hen € 180,- duurder waren dan bij een willekeurige internetdealer. Gelukkig haalde hij de bestelling wel kosteloos retour. Daarop hebben wij de producten besteld bij de bovenste Google-aanbieder. Weliswaar in vijf separate bestellingen, vanuit de lange tenen van dat moment. En vanuit een stukje misgunnen. Niettemin hebben we nu de gewenste vijf heggenscharen in huis voor € 620,-. Dat is een going-consumentenprijs die we respecteren, dus zetten we de machines door met nul marge.

Een opslag op de oorspronkelijke inkoopnota van de fabrikant zou volstrekt idioot zijn geweest. Bij twaalf procent marge zou de waarde stijgen boven € 900,- en zou de allerlaatste consument het fysieke detail-handelskanaal gillend verlaten. Moraal van het verhaal: twee partijen moeten te biecht. Op de tweede plaats de winkel die een order splitst in vijf kleine orders met dito orderkosten. En op de eerste plaats de fabrikant (en zijn collega's) die een niet uit te leggen prijsafstand heeft gecreëerd en gefaciliteerd tussen bestaande relaties en nieuwe partners.

maik