“Samen vechten voor de klant”

01-11-2016 00:04

In de regio zit een aantal woninginrichters, maar die verkopen geen verf. Pal tegenover Bakker zit een Hubo die wel verf verkoopt, net als raamdecoratie en het gewone Hubo-assortiment. “Wij onderscheiden ons door ons advieswerk”, zegt Den Dunnen. Samen met een collega adviseer ik veel bij de bedrijven en klanten thuis. Een andere collega heeft veel verstand van verf. Die is vast aanspreekpunt in de winkel zelf.” Geholpen door twee parttimekrachten en de man van Nelleke. “Hij doet alle after-sales en is de coördinator van onze zes stoffeerders. Die hebben we niet in vaste dienst hoor, al werkt eentje eigenlijk twee vaste dagen per week voor ons.”

Totaalaankleding

Den Dunnen is trots op haar ploeg en samen boeken ze veel orders, met name in de totaalaankleding van woningen. Een particuliere klus van € 1.500 is voor Thuisin Bakker een kleintje, één van € 25.000 is een uitschieter. “Voor hout of tegels schakelen ze een bevriende collega in. Zelf doet Bakker heel veel tapijt, marmoleum, vinyl en pvc. Op dat laatste vlak hebben we ons bewust geschoold en zijn we echt heel sterk. Collega’s onderschatten het belang van een goede ondervloer wel eens. Wij weten dat je de problemen beter voor kunt zijn, dan ze achteraf op te moeten lossen.”

Compleet online verhaal

De uitdaging zit hem voor Den Dunnen in de vindbaarheid voor klanten. “Al een jaar of acht geleden merkten wij dat klanten steeds vaker online zochten en ons niet konden vinden. Zelfs mijn moeder van 78 zit ’s avonds op de bank met haar iPad. Nou kent zij onze winkel heus wel, maar voor veel anderen besta je gewoon niet, als ze je online niet tegenkomen.” Zelf een website bouwen en een sterke online vindbaarheid opbouwen, was voor Thuisin Bakker niet te doen. Daarom is Den Dunnen zo blij met de hulp die de Thuisin-organisatie op dat vlak biedt. “Ze hebben verstand van het hele online-verhaal en hebben dat echt goed opgezet.

Bovendien zijn Hugo en Mark zelf ondernemers. Ik heb echt het gevoel dat ze samen met ons het gevecht om die klant aangaan.” Datzelfde clubgevoel heeft Den Dunnen ook bij de andere leden. Zo vaak als ze kan, gaat ze mee op verdiepingsdagen, cursussen en trainingen en de dealerdagen. “Dat laatste vind ik echt fantastisch. Collega’s houden elkaar scherp en je kunt van alles delen. Ik ben zelf lid van een assortimentscommissie. Ik deel daar mijn kennis en doe er zelf kennis op. Zo putten we als club veel kracht uit de samenwerking.”

Minder rompslomp, meer advies

De tijd dat klanten voor een potje verf kwamen binnenlopen en je daar op kon draaien, is voorbij. Dus moet je als ondernemer echt heel actief verkopen, klanten bezoeken en steeds weer je meerwaarde onder de aandacht brengen. Een werkwijze die heel veel tijd kost, maar wel zijn vruchten afwerpt. “Alleen… ik heb maar één lijf en twee handen. Dus zoek ik uit alle macht naar mogelijkheden om papierwerk te verminderen en meer tijd in verkoop te kunnen steken. Al dat papierwerk, handmatig opzoekwerk, verzamelen van prijzen en die combineren met meetgegevens op allerlei kladjes. Dat is allemaal zo ouderwets en tijdrovend. En het levert veel foutkansen op. Gelukkig helpt Thuisin ons op dat vlak binnenkort een grote stap te zetten. Als ik dat werk zou kunnen halveren, zou ik die gewonnen tijd acuut in extra adviesbezoeken steken. Want daar verdienen we ons geld mee.”

Redactie MIXpress