

“Je kunt een mooie boterham verdienen in dhz”

23-06-2017 00:04



We praten met Gertjo Janssen over deze kwestie. Janssen is directeur van DGN, de franchisegever van Hubo en Multimate. "In deze tijd is het nodig dat je als retailer kiest waar je voor staat. De nieuwe trend wat klussen betreft, is niet meer uitsluitend doe-het-zelf, maar steeds meer laat-het-doen. Consumenten zoeken totaaloplossingen voor klusuitdagingen. Dit omdat ze niet kunnen of willen klussen. Met Hubo spelen we hier perfect op in. Daarmee bieden we ondernemers echt een onderscheidende formule. Echt futureproof. Voor mensen die al een bedrijf hebben en er een winkel bij willen, voor winkels zonder formule of voor ondernemers die een winkel willen overnemen van een collega die zijn sporen inmiddels verdiend heeft."

Markt van tien miljard

Janssen verwijst naar onderzoek van Werkspot dat laat zien dat er 3,3 miljoen klussen op de plank liggen à € 3.300. "Dan heb je het toch over een markt van € 10 miljard. Een markt vol kansen voor Multimate en Hubo. Kansen voor een nieuw soort ondernemers. Ondernemers die niet alleen producten willen verkopen, maar de producten zien als een middel voor een totaaloplossing en dienstverlening. Een totaaloplossing die ze aan de man brengen op basis van hun vakmanschap, hun passie en service-mentaliteit en de sterke band die ze opbouwen met hun lokale omgeving." Denk overigens niet dat de winkels van die formules straks alleen nog maar kleine showrooms zijn voor ondernemers die vooral buitenshuis aan de slag zijn. "Nee joh", zegt Janssen. "De Hubo- en Multimatewinkels blijven qua basis-assortiment vooral dhz-winkels. Zo'n 70% tot 80% blijft gelijk. We enten ze op totaaloplossingen en dienstverlening, maar dat gebeurt op details. Dat ga je straks terugzien in de testwinkel die we ombouwen van Multimate naar Hubo XL. Daar komt echt alles samen."

Samen slim kiezen

Samen slimme keuzes maken, is Janssens motto om ondernemers een gezonde boterham te laten verdienen. "De formules van Hubo en Multimate kiezen positie in de servicemarkt van totaaloplossingen. Vanuit de backoffice van DGN en Euretco helpen we de ondernemers met zaken die ze in hun eentje nauwelijks voor elkaar kunnen krijgen. Denk aan IT, website en webshop die gericht zijn op lokale traffic. Of aan formules als Decorette en Intersport, waarmee je eventuele overtollige meters rendabel kunt maken in aanvulling op je klus-aanbod."

Goede boterham

DGN zag de laatste tijd een paar wisselingen in het ondernemersbestand. De ene keer startte een nieuwe ondernemer een winkel door die in lastig vaarwater verkeerde. Een andere keer opende een nieuwe winkel en op een andere plek nam iemand een winkel over vanuit loondienst. Janssen ziet kansen voor bouw-zzp'ers. "Zoals we nu vooral winkeliers hebben die er bij gaan klussen, kunnen we ondernemers die nu vooral klussen prima helpen hun business uit te breiden met een winkel. Je ziet dat de banken toeschietelijker worden als je onder een uitgekristalliseerde formule gaat werken. Logisch, je bent gewoon beter af met een sterke formule en kunt echt een goede boterham verdienen als je maar zorgt dat je niet uitwisselbaar bent."

Wim Minderhout van Hubo Westkapelle

Aangesloten bij Hubo sinds: 2006

"In de afgelopen jaren zag ik een grote verschuiving: wat we met Hubo nu doen, zie ik al jaren. In 1999 vroeg ik al aan mijn klant: 'Zal ik het rolgordijn voor u monteren?' Voor veel van mijn klanten is internet geen optie: ze willen persoonlijk behandeld worden. Het is goed dat formule de afgelopen jaren strakker is getrokken, zonder

dat dit ten koste ging van de vrijheid. Hubo is de basis waarmee je start en samen met ons ondernemerschap kunnen we onze eigen winkel maken. Alleen de formule is niet goed, maar andersom zou ook niet goed zijn. De mix van die twee is ideaal: het versterkt elkaar. Ik ben een groot voorstander van automatisering: het geeft je cijfermatige onderbouwing. Dat zal wel met mijn achtergrond in supermarkten te maken hebben. Ook van schappenplannen maken we zo veel mogelijk gebruik. We zijn beperkt in het aantal vierkante meters, dus daar geven we onze eigen sturing aan. In de toekomst zal het aantal formules afnemen, net als bij de supermarkten. Hubo is door zijn naamsbekendheid een blijvertje, zeker door de weg die ze nu ingeslagen zijn. We maken een duidelijke keuze door de klant te ontzorgen. Werken met eigen monteurs geeft vertrouwen aan de klant. Hubo ontzorgt ons, waardoor wij onze klant kunnen ontzorgen. Het is de juiste mix van ondernemerschap en ondersteuning.”

Reiko Bos van Hubo Bilthoven

Aangesloten bij Hubo sinds: 2015

“Ons sterke punt is maatwerk leveren, dat deden we vroeger al. We hadden een monteur in dienst die alle dagen bij klanten was. Het is goed dat de Hubo-formule deze kansen ziet en dat we ons daarop richten. Maatwerk vind je namelijk niet op internet. We proberen mensen in de winkel te krijgen door het aanbieden van kwaliteitsproducten die we kunnen monteren of installeren. Daarbij willen we geen uren verkopen, maar zoeken we meerwaarde door complete oplossingen aan te bieden. Hubo ondersteunt ons op heel veel vlakken. Ik durf zelfs te zeggen: zonder organisatie besta je niet. Denk aan de inkoop en facturatie, maar ook je online aanwezigheid. Met deze ondersteuning kunnen wij ons richten op onze winkel en onze klanten.”

Arnold Nijenbanning van Hubo Nieuw Amsterdam

Aangesloten bij Hubo sinds: 2009

“We namen de winkel over uit een faillissement van Doeland. We maakten destijds een kosten-batenanalyse en de formule van Hubo bleek het meest geschikt. Daarbij speelt mee dat mijn zwager een Hubowinkel in Erica heeft. We versterken elkaar door bijvoorbeeld gezamenlijk in te kopen en folders te verspreiden. De klant beslist naar welke winkel hij gaat.

In de regio staan we bekend om onze maatwerkkasten. We zijn dit jaar begonnen met een shop-in-shop concept van Decorette. Hubo stimuleert dit, ook zij zien dat er nog synergievoordelen zijn te behalen. Ik verwacht van een formule dat zij ons ondersteunt met goede marketing en schappenplannen. Ik ben kritisch geweest op de folders, maar het stoffige imago gaat er steeds meer af. Het is beter geworden. Hubo sluit goed aan bij onze visie op de markt. Dat wil zeggen: het ontzorgen van de klant. Wij leveren maatwerk en blijven op die manier weg van de grootschalige concurrenten. Wij hebben veel kennis in huis: er lopen veel technische mensen in de winkel. Ik hoor van klanten dat ze dat waarderen en daarvoor terugkomen.”

Edwin Haak van Multimate Tholen

Aangesloten bij Multimate sinds: 10 jaar

“Twee jaar geleden heb ik het bedrijf overgenomen, nadat ik eerst bedrijfsleider was. Mensen vragen: wat is dan het verschil met vroeger? De vorige eigenaar had een andere insteek dan wij nu hebben. Hij vond dat de klanten naar de winkel moesten komen, terwijl ik juist vind dat wij naar de klanten toe moeten gaan.”

“Bij een grote groep als DGN moet iedereen het naar z'n zin hebben. Dat is de basis. En ja, het gras lijkt altijd groener bij de burens. DGN heeft als speerpunten de winkel en montage bij de klant. Dat past ons goed. Wij gaan steeds meer naar buiten, het ontzorgen van de klus is belangrijk.”

“Onze stijl past het best bij DGN. Wij focussen ons op goed personeel in combinatie met montage. Dat levert meer op dan zo laag mogelijke kosten. En onze klanten zijn tevreden, waardoor wij ook tevreden zijn. Bovendien hebben wij veel steun aan onze bedrijfsadviseur. Hij heeft veel branche-ervaring en vormt een waardevolle schakel. Ik kan wel zeggen dat hij voor ons onmisbaar is.”

Redactie MIXpress