

“De digitale timmer-fabriek van de toekomst”

03-10-2019 00:01



Met de powerbrands CanDo, Skantrae, Lundia en Bruynzeel is Deli Home actief in zes verschillende productcategorieën. Hout, deuren, opbergen, vloer en trap, horren en sanitair. Het afgelopen jaar is binnen het bedrijf gewerkt aan een nieuwe positionering van Deli Home. “We zijn een participatie van NPM Capital, een investeerder die groeikapitaal verstrekt. En kansen en mogelijkheden voor groei zijn er volop”, aldus Aquina.

Propositie

Per powerbrand is een propositie bepaald. “Met Skantrae richten we ons op de professionele markt. Van oudsher vooral deuren, maar inmiddels ook kasten op maat en lijstwerk. In de doe-het-zelfmarkt hebben we met CanDo al vele jaren een goede positie in deuren, hout, vloeren, trappen en plafond- en wandafwerking. Lundia en Bruynzeel hebben we daar tussenin gepositioneerd, waarbij Bruynzeel meer staat voor Hollandse degelijkheid en er binnen het Lundia-assortiment meer aandacht is voor lifestyle en design.”

Verkoopkanalen

Het assortiment van deze merken wordt via vier kanalen in de markt gezet. Aquina: “De grote doe-het-zelfketens, de bouwmaterialengroothandels en de woonwarenhuizen. Ook online is een belangrijk verkoopkanaal voor ons.” Daarbij benadrukt de CEO dat die online verkoop wel altijd via de handel verloopt.

Bronleverancier

De groeistrategie van Deli Home voor de komende jaren gaat over drie assen. “Ten eerste gaan we nog meer

gebruik maken van onze positie als bronleverancier. Wij zijn geen handelshuis dat als tussenschakel fungeert, wij maken de producten die onze klanten willen verkopen. Daarom gaan wij nog meer investeren in de eigen productie en productontwikkeling.”

De tweede as waarop Deli Home zich richt zijn ‘op maat’-oplossingen. “De behoefte aan maatwerk groeit onder consumenten. Door dat via de handel aan te bieden, versterken we de positie van onze dealers en uiteindelijk ook die van onszelf. Producten als kasten en horren maken we voornamelijk op maat. Wij willen de ‘digitale timmerfabriek van de toekomst’ worden”

De derde as betreft de uitbreiding van de aanwezigheid in de markt. “Nationaal, maar zeker ook internationaal.” Mooi voorbeeld van deze groei-route is de recente overname van Weekamp Deuren uit Dedemsvaart. De overname wacht nog wel op goedkeuring van de ACM maar levert Deli Home troeven op in de techniek, de eigen productie en het maatwerk van deuren.

Maatwerk gemakkelijk maken

Aquina zegt dat na de recente introductie van CanDo Start, plaatmateriaal op maat, de volgende introductie binnen het ‘op maat’-assortiment binnenkort volgt: “Traprenovatie op maat. Daarin kan de eindklant met behulp van een eenvoudige scan de juiste tredematen berekenen en bestellen. Vervolgens produceren wij twaalf of dertien treden en sturen deze inclusief de lijm naar de consument. Die kan ze vervolgens zelf inleggen.” De komende jaren zal Deli Home het ‘op maat’-programma verder uitbreiden.

Uniek bedrijf

Volgens de CEO mag Deli Home zich een uniek bedrijf noemen. “Gezien onze structuur als powerhouse hebben wij als Deli Home geen directe concurrent met een vergelijkbaar breed assortiment. Uiteraard zijn er concurrenten maar die zijn vooral specialist binnen één van onze categorieën, nooit op alle zes. Onze kracht zit hem vooral in de rol als bronleverancier. Hierdoor zijn wij een betrouwbare partner die concepten ontwikkelt waarmee onze klanten omzet en een goede marge kunnen genereren. Wij leveren producten wanneer onze klant dat wil.”

Deli Home kan die belofte mede waarmaken dankzij een optimale distributie. “In Zevenaar hebben we een magazijn waarin 120.000 deuren liggen. Hier in Gorinchem hebben we de beschikking over 70.000 vierkante meter magazijnruimte. En dankzij de groei van onze ‘op maat’-productie hebben we lang niet voor ieder product magazijnruimte nodig.”

Drie stappen

Bij de ontwikkeling van nieuwe producten spelen drie processen een rol. “Het begint bij inspiratie. Onze productmanagers gaan aan de slag met designs, kleur en gevoel. Ze werken actief met beeld zodat ze een sfeer kunnen neerzetten die aansluit bij de wensen van de consument. Vervolgens komt de configuratie, dus het samenstellen en maken van het product. Tot slot volgt de creatie door de consument in zijn woning of door een professional middels de installatie.

Eenvoud en gemak

Als het gaat om de installatie van de producten staan eenvoud en verwerkingsgemak centraal. “Zo maken we buitendeuren lichter en makkelijker afkortbaar terwijl ze beter isoleren. En we hebben voor consumenten montagevideo’s gemaakt. Zo proberen we samen met onze klanten de eindklant installatiegemak te bieden”, zegt Hoofd Marketing Frank van Putten. “Dat gaat de komende tijd veel belangrijker worden. Service die de eindklant van retail of vakhandel verlangt en waarin wij hen kunnen ondersteunen”, aldus Aquina. Volgens hem zijn vooral de doe-het-zelfwinkels zoekende naar een goede ‘montage-oplossing’. “Winkels met minder verkoopvloeroppervlak als een Hubo bieden dat vaak zelf wel aan omdat ze handige medewerkers hebben. Maar ook de groten als Hornbach en Bauhaus willen dit oppakken. Duidelijk is wel dat wij hierin geen actieve rol willen hebben, wij kunnen de service wel faciliteren door in onze configuratoren de optie te bieden, het is echter aan de retailer om het uiteindelijk te activeren en uit te voeren.”

Configuratoren

Een actief ondersteunende rol richting klanten die Deli Home heel graag oppakt is de marketing. “Onze productmanagers zijn trendsettend in deuren, kasten en sanitair. Met de ondersteuning die wij op het gebied van marketing bieden, maken wij het onze klant makkelijk om te verkopen. Zo kunnen we helpen met het vullen van hun website. Met relevante content, aantrekkelijk gepresenteerd. Zowel geïntegreerd in de eigen branding van de klant als in die van onze merken. Net wat de klant wil”, zegt Van Putten, die ook de online configuratoren noemt als belangrijke ondersteuning. “Via deze tools kunnen klanten en eindklanten heel eenvoudig berekenen en zien wat ze nodig hebben en krijgen ze direct een beeld bij het product dat ze bestellen. Bovendien sturen de configuratoren rechtstreeks de machines in onze fabriek aan.”

Deli Home

Deli Home is actief in Nederland, België, Spanje, Portugal, Frankrijk, Hongarije, Tsjechië, Polen, Indonesië en het Verenigd Koninkrijk. In Gorinchem staan, naast het hoofdkantoor, twee productiefaciliteiten. “Eén daarvan is voor de Productie op Maat (kasten) en de andere voor lijstenproductie en andere houtbewerking. Een derde fabriek staat in Polen, waar de horren gefabriceerd worden”, zegt CEO Victor Aquina. In Tsjechië en Indonesië staan productiefaciliteiten voor de fabricage van deuren. En dan hebben we in Zevenaar naast ons deurenmagazijn nog ons eigen bewerkingscentrum waar we alle voorbereidende werkzaamheden aan deuren kunnen uitvoeren. Hierdoor hoeft de timmerman op de bouw de deuren alleen nog maar af te hangen en is door ons die deur al helemaal passend gemaakt”, vult Frank van Putten, Hoofd Marketing aan.

admin