

“Service bieden die verkoop echt makkelijker maakt”

13-12-2019 00:01



Frank van Putten, Hoofd Marketing van Deli Home, vertelt op het hoofdkantoor in Gorinchem op welke meerwaarde dealers kunnen rekenen. Binnen de zes productcategorieën deuren, hout, opbergen, vloer & trap, horren en sanitair levert Deli Home aan de retail, bouwmaterialengroothandel, woninginrichters en online. De dhz-branchen is met zo'n 54 procent van de omzet het belangrijkste verkoopkanaal, gevolgd door de bouwmaterialengroothandel met 20 procent.

Stevige positie

De lijst met namen van dhz-klanten die Deli Home in Nederland en Europa belevt, toont de stevige positie die het powerhouse inneemt in de doe-het-zelfmarkt. “In Nederland doen we zaken met nagenoeg alle ketens. Intergamma, DGN, Maxeda, Bauhaus, Hornbach, ze hebben allemaal één of meerdere producten van onze merken in het assortiment”, zegt Frank van Putten.

Maar ook buiten de landsgrenzen bedient Deli Home grote en aansprekende bouwmarkten. “BricoCentro, Leroy Merlin, Brico Depot, OBI, en Praktiker en dan heb ik ze nog niet allemaal genoemd, denk ik.” Het toont de slagkracht van Deli Home op zowel de nationale als internationale dhz-markt.

Groei

Stevige positie of niet, Deli Home heeft zijn zinnen gezet op verdere groei en wil daarvoor binnen alle zes productcategorieën de assortimenten en services verder uitbreiden. “Vooral in het doorontwikkelen van onze services zien we grote kansen. Wij willen service bieden die onze klanten echt in staat stelt om de producten

makkelijker en beter te verkopen. Dat doen we bijvoorbeeld door een zo compleet mogelijk assortiment aan te bieden", zegt Van Putten.

Als voorbeeld noemt hij het leveren van accessoires en gereedschappen bij deuren en vloeren. "Behalve uit houten deuren kan de eindklant ook kiezen uit verschillende series deurbeslag. En bij de houten vloeren bieden we ook plinten en zelfs gereedschappen aan. Daarmee vindt de consument alles wat hij of zij wil hebben op een en dezelfde plek. Onze dealers kunnen op die manier een totaalpakket verkopen."

Drempels weg

Maar de service van Deli Home gaat nog verder met de ontwikkeling van handige hulpmiddelen zoals de Trapspin. "Een handige accessoire waarmee een consument heel snel en eenvoudig de treden van zijn of haar trap kan opmeten en zelf nieuw kan leggen. Door een klus bereikbaar te maken voor de doe-het-zelver nemen we drempels weg en daar profiteert de bouwmarkt ook van."

Volgens Van Putten geldt voor alle productcategorieën dat het aanbod altijd 'volgens de laatste trends' is en daarmee een grote doelgroep aanspreekt. "Onze producten zitten op de mainstream-trend en sluiten daarmee naadloos aan op de wensen van het grote publiek. Ook dat is een zekerheid voor onze dealers. Je hebt producten in de winkel waarnaar een grote groep consumenten op zoek is."

Configuratoren

Een van de belangrijke troeven van Deli Home zijn de verschillende configuratoren die aangeboden worden. "Slimme online tools waarmee klanten thuis of in de bouwmarkt zelf hun deuren, vloeren of kasten kunnen samenstellen. Voor de dealers zijn deze tools bijzonder aantrekkelijk omdat ze onder hun eigen naam en huisstijl op de website geplaatst kunnen worden waardoor de consument het als een service van de betreffende bouwmarkt ervaart."

Samen met de sfeerimpressies, productvideo's, goede brochures en helder POS-materiaal brengt Deli Home sterke merken op de winkelvloer. Van Putten: "Merken die vertrouwen uitstralen en de consument een goed gevoel geven. Daar draait het om."

Digitale timmerfabriek

De positie van bronleverancier geeft Deli Home in de relatie met dealers een voorsprong ten opzichte van echte handelshuizen. "Wij breiden onze productie steeds meer uit waardoor we sneller en beter maatwerk kunnen leveren. Gestuurd vanuit de configuratoren willen wij de digitale timmerfabriek van de toekomst worden."

De kansen en mogelijkheden daarvoor zijn groot. "We hebben binnen de bouwmaterialengroothandel al de nodige ervaring opgedaan en die kunnen we nu ook inzetten voor de retail. Alleen die kennis biedt al een voorsprong", zegt Van Putten.

Afstemmen

Die voorsprong maakt het bijvoorbeeld mogelijk om maatwerkproducten uit verschillende productcategorieën op elkaar af te stemmen. "Een klant die een maatwerkdeur koopt, wil daar misschien wel een bijpassende kast op maat bij. Zo kun je denken aan vier of vijf series deuren waarbij je ook passende series kasten op maat hebt."

Matchende assortimenten over de productcategorieën heen, aldus Van Putten. "Hetzelfde geldt voor onze vloeren en trappen. Ook daarvan kun je series maken die op elkaar aansluiten. Zo maak je maatwerk gemakkelijk en bereikbaar en voegen wij als Deli Home waarde toe voor onze dealers."

Exclusiviteit

Hoe zorg je ervoor dat je de relatie met al je dealers tevreden houdt zonder continu over de prijzen te discussiëren? Volgens Van Putten kan dat prima door bijvoorbeeld exclusiviteit te bieden. "Geen merkexclusiviteit, maar wel maatwerk binnen de assortimenten die een dealer verkoopt. We hebben sterke

merken die dealers graag willen aanbieden. Door ze de mogelijkheid te bieden binnen die merken hun eigen assortimenten aan te bieden, kunnen ze toch exclusiviteit aan hun klanten leveren.”

Om die assortimenten goed samen te kunnen stellen is het belangrijk om samen met de dealers te kijken naar doelgroep en toekomstplannen.

Klanten over Deli Home

Hoe ervaren klanten de meerwaarde en service van Deli Home? We vragen drie retailers naar hun mening.

Gertjo Janssen, CEO van DGN: “Wij doen al sinds het ontstaan van Hubo zaken met Deli Home. Een fijne partner met een oplossingsgerichte en heldere toekomstvisie. De grote diversiteit aan producten onder een dak, maatwerk productie en het fijnmazige distributienetwerk zijn echt van toegevoegde waarde voor ons.”

Ronald Erftemeijer, directeur van Karwei: “Deli Home is een partner waarop we al geruime tijd kunnen bouwen. Hun kennis en expertise in deuren en vloeren is enorm en de sterke merken zijn geliefd bij de consument. De ontwikkeling van puur handelshuis naar bronleverancier is een slimme zet. Hiermee wordt Deli Home nog flexibeler en voor ons een betere partner. Wij werken met de deurenconfigurator en we merken dat die steeds belangrijker wordt omdat die onze medewerkers ook helpt bij de verkoop.”

Maurice Lagcher, Product Manager Indoor & Construction van Praxis: “Zelf werk ik al vijf jaar samen met Deli Home, maar Maxeda werkt al ruim dertig jaar samen. Als partner is Deli Home erg belangrijk voor ons op het gebied van innovaties, logistiek en kwaliteit. We werken nauw samen op het gebied van trading en merchandising. Als partners versterken we elkaar zodat we de klant optimaal kunnen informeren en inspireren. Maar ook verrassen met noviteiten. De combinaties van de producten die we met name onder het merk CanDo verkopen, bieden ons toegevoegde waarde. Het merk CanDo staat voor een bepaalde kwaliteit-prijsverhouding die aansluit bij de wensen van onze klanten.”

Digitale timmerfabriek

De ambitie om de digitale timmerfabriek van de toekomst te worden, krijgt nu al vorm in Cando Start. “In Trap op Maat en Plaatmateriaal op Maat werken we volgens de drietrap ‘inspire, configure & create’. We inspireren consumenten met sfeerimpressies en mooie voorbeelden. Via de online configurator kan vervolgens eenvoudig een trap of plaatmateriaal geconfigureerd worden. Daarna volgt de productie, levering en – indien gewenst – montage”, zegt Frank van Putten, Hoofd Marketing van Deli Home.

Als het gaat om de levering en eventuele montage kan de klant uit meerdere opties kiezen. “Als ze de materialen thuis afgeleverd willen hebben en het zelf willen monteren, kan dat. Maar als ze kiezen voor ‘do it for me’, verwijzen wij ze naar het netwerk van de dealer zodat die de regie over het geheel houdt.”

admin