

“Denken in mogelijkheden”

26-11-2015 10:01



Baks staat voor Betrokken, Actief en accuraat, Klantgericht en Service, zegt directeur Baks. Hij is klant van De Mors en vindt die naburige ijzerwarengroothandel goed bij zijn bedrijf passen. “Ze denken mee, het is gemakkelijk en dichtbij. Ze zijn misschien niet altijd de goedkoopste, maar je kunt letterlijk op ze bouwen.” Zulke ‘naobers’ heeft Bouke Walvoort veel in zijn klantenkring. Zelf is hij ook een goed ‘naober’ voor zijn leveranciers.

“Er is wel een jongere generatie klanten die alles op internet zoekt en vergeet dat het dicht bij huis ook goed te vinden is. Maar dat zijn niet de klanten waar wij op mikken.” De Mors verzorgt een gebied van de Duitse grens tot aan Harderwijk en van Duiven tot en met Enschede. Bouwbedrijven, industrie, installateurs, metaalbedrijven en andere professionele eindgebruikers. Walvoort legt uit hoe hij zich onderscheidt: “Wij weten wat er bij de klant speelt en werken voor de klant nog ongekende mogelijkheden uit tot opdrachten en ondersteunen hen compleet. Bijvoorbeeld in het kader van de Subsidie voor Stimulering van Duurzame Energie (SDE). We installeren zonnepanelen of leggen rioleringen uit, compleet met buisdiameters en hulpstukken. We hebben kennis van zaken, houden niet op bij de simpele schakelaar maar denken mee in mogelijkheden en oplossingen. Niet méér werken, maar slimmer werken. Ieder op zijn eigen vakgebied. En vooral eerlijk en op de lange termijn gericht. Wij zijn geen gladde jongens, wij zijn er niet ‘even’ en over tien jaar kun je ook nog bij ons terecht met die machine.”

Harmonieus orkest

“Denken in complete oplossingen”, is een van de statements die opvalt in Walvoorts betoog. Dat wil niet

zeggen dat ze bij De Mors zomaar alles doen voor de klant. In een recent innovatieproject van de Technische Universiteit leerde hij dat drie dingen belangrijk zijn bij alles wat je doet: waardering, professionaliteit en rendement. "Waardering van je klanten, van je leveranciers en van collega's onderling. Professionaliteit in de zin van goed en eerlijk. Wij hebben kennis en zeggen het zoals het is. We liegen niet, dan hoeven we ook niets te onthouden. We willen het strak regelen: van product en pakbon tot en met factuur, afrekening en eindresultaat. Geen houtje-touwtjewerk, maar goede oplossingen en processen. En rendement is natuurlijk een wezenlijke voorwaarde. Rendement voor onze klanten. Maar ook rendement voor onszelf. Dat hebben we nodig om te bestaan. Repareren we bijvoorbeeld een machine van een klant op basis van ons vakmanschap, maar er moet dik geld bij? Dan zijn we wel professioneel bezig en waardeert die klant ons, maar hebben we geen rendement. Niet doen dus." Sinds het innovatieproject werken Walvoort en zijn team van achttien man anders samen. "Ieder mocht zeggen waar zijn belangstelling ligt en zijn kwaliteiten. Van daaruit hebben we een 'orkest' samengesteld. De oude functies bestaan niet meer, ieder heeft zijn verantwoordelijkheid en voert die perfect uit. Je mag beslist soleren, maar het totaal moet in goede harmonie klinken." Da's best even wennen en soms struikelen teamleden nog wel eens. Maar op deze manier wil Walvoort iedereen laten delen in de verantwoordelijkheid en samen werken aan succes.

Virtuele medewerker

Deel van het innovatieproject was een klant-enquête. Die leerde dat de middagsluiting voor de lunchpauze niet meer van deze tijd was. Dus is De Mors voortaan tussen de middag open en lossen de medewerkers dat samen op. Klanten waardeerden het vakmanschap op de vloer, maar wilden ook een soort virtuele medewerker. Walvoort: "Met een nieuwe webshop bieden we eind van dit jaar een vloed aan informatie voor onze klanten. We combineren informatie over wet- en regelgeving met productinformatie van EZ-Base en presenteren steeds verwante producten en bijbehorende accessoires. Zo kunnen klanten snel voor iedere situatie de juiste oplossing vinden. We presenteren een pomp bijvoorbeeld in losse componenten. Zo kan een klant zien dat we ook dit nippeltje of dat zuigertje los verkopen. Dat gaat ons klanten opleveren en we kunnen er klanten mee aan ons binden. Een machine vergelijken ze bijvoorbeeld snel en gemakkelijk op internet. Maar van een bepaald nippeltje is de prijs veel minder belangrijk, dan de zekerheid dat het de juiste is en ze hem gegarandeerd op tijd in huis hebben."

Mee vóóruit

Toen De Mors in 2001 lid werd van Transferro, was dat best een grote stap voor Walvoort. "Inkoop is niet mijn ding. Ik heb daar Gerie voor en dacht dat we dat zelf best goed deden. Toen we ons eenmaal aangesloten hadden, zag ik al snel de meerwaarde van de club in. Sinds de nieuwe directeur er zit, komt het zonnetje er helemaal door, hoor." De Mors profiteert van scherpe inkoopcondities en van de aantrekkingskracht van de folder. Daarnaast zijn het magazijn in Zwolle en het dropshipment belangrijke voordelen van de inkoopcombinatie. "Online verkopen we straks allereerst uit onze eigen voorraad. Maar als we het zelf niet hebben, kunnen we putten uit het magazijn van Transferro en leveren zij het af bij de klant met een pakbon van ons. Merkt de klant niets van. Behalve dat hij het razendsnel in huis heeft." Voordeel voor Walvoort is dat ze in Zwolle nooit lang hoeven te denken voordat ze een artikel opnemen. Als er bij ons vraag naar is, nemen ze het al snel op in hun voorraad en kunnen wij daar ons voordeel mee doen. En het mooie, Transferro denkt met je mee. Vóóruit. Want je kunt wel denken 'goed is goed'. Maar de wereld om je heen verandert en je moet mee. Denk in kansen, brommen heeft geen zin, lachen is veel mooier!"