“Onze toegevoegde waarde zit in ons bewerkingscentrum”

10-05-2018 00:04



“Tijdens onze klantendagen merkten we dat veel dealers maar een deel van het Skantrae-verhaal kennen. Dat we deuren leveren onder de merknamen Skantrae en Bruynzeel is bekend, net als ons brede assortiment deurbeslag. Ook onze sterke voorraadpositie wordt alom gewaardeerd. Maar we doen zoveel meer en van veel klanten kregen we terug dat ze dat helemaal niet wisten.” Dat zegt Dinno van Breugel, sinds januari 2016 verantwoordelijk voor Skantrae.

Het is juist deze toegevoegde waarde die Skantrae zo interessant maakt voor de professionele bouwgroothandel. “Dat heeft deels te maken met de ervaringen die we hebben opgedaan binnen de retail. Het klantdenken is binnen onze organisatie steeds meer gemeengoed geworden. Denken in totaalconcepten, daar gaat het om, ook voor de vakman. Een consument wil immers niet alleen een deur, maar een complete oplossing. Liefst op maat gemaakt, afgelakt, voorzien van hang- en sluitwerk en afgehangen. Die services kunnen wij bieden, afgestemd op de behoeftes van onze klanten”, aldus Van Breugel.

Professional gaat voor concepten

Volgens Ralf Roozeboom voegt Skantrae waarde toe door ‘meer en meer in totaalpakketten te denken’. “Je ziet dat de professionele handel steeds meer gaat retailen. Ook daar wordt presentatie en sfeer belangrijker. Door met die vakhandel mee te denken en onze diensten aan te bieden, kunnen wij de winkelwagen van onze dealers vullen. Wij zetten naast de producten onze retailkennis en -ervaring actief in om zo de verkoop in de

bouwgroothandel te stimuleren. Category management beperkt zich niet tot de retail."

Als een vakman of groothandel een deur bestelt voor een klant, weet je dat die klant uiteindelijk ook beslag nodig heeft. "Dat weet de besteller ook wel, maar die denkt daar niet altijd aan. Door daar actief op te sturen, kunnen we samen met de bouwgroothandel de professional helpen en zo elkaars omzet vergroten. Daarmee snijdt het mes aan twee kanten."

Meerwaarde van Skantrae

De voorraad – en de daaraan gekoppelde leverzekerheid – noemt Van Breugel de 'kracht van Skantrae'. "Maar we hebben nog een paar sterke punten. Dat is enerzijds het feit dat we alles in huis hebben als het gaat om deuren en toebehoren en daarbij conceptmatig werken voor consument en professional. Anderzijds is dat ons bewerkingscentrum. Daarmee maken we het grote verschil en kunnen we onze klanten echt toegevoegde waarde bieden."

In het bewerkingscentrum zijn dagelijks 22 medewerkers actief, die deuren naar wens van de klant bewerken. "Die werkzaamheden variëren van het boren van de gaten voor het beslag en frezen van de (meerpunts-)sloten tot het zetten van het glas en het op maat maken van de deur", zegt Manager Marketing Communicatie Frank van Putten. Ook staat er een grote printer waarmee unieke deuren gemaakt worden. "We hebben een groot aantal prints waaruit klanten kunnen kiezen. Bijvoorbeeld een houtmotief of landschapsbeelden. Daarmee kunnen klanten hun deuren persoonlijk maken."

Ook kan de printer 3D-effecten aanbrengen. Van Putten: "Zo kan een houtmotief ook voorzien worden van een voelbaar houtreliëf. Dat geeft de deur een unieke uitstraling."

Tijdwinst

Door het bewerkingscentrum van Skantrae kan de vakman bovendien grote tijdwinst boeken. Van Putten: "Dat klinkt misschien wat vreemd, maar voorbereidende werkzaamheden die hier uitgevoerd worden, hoeft de vakman ter plaatse niet te doen. Zo kost het infrezen en boren van sloten en beslag hier in de bewerkingscentrum zes tot zeven minuten. Op het werk is een timmerman daar al snel meer dan twee uur bezig. Datzelfde geldt voor het aflakken en afhangen van een deur. Als deze door ons ingemeten en op maat gemaakt is, kost dat ter plaatse nog een half uur om de deur af te hangen. Een vakman is daar al snel enkele uren mee bezig.

Dat het bewerkingscentrum Skantrae geen windeieren legt, blijkt wel uit de groei. Van Breugel: "Twee jaar geleden werkten daar 10 medewerkers, inmiddels zijn dat er 22. Van de 500.000 deuren die hier jaarlijks het magazijn verlaten, is 25 procent in het bewerkingscentrum geweest. Daar zijn we trots op."

Bezorging

Een andere ontwikkeling waar het drietal enthousiast over is, is de groei van het aantal deuren dat thuis of op de bouwplaats wordt afgeleverd. "Dat waren er in 2015 nog 10.000, in 2016 al 23.000, in 2017 zelfs 53.000. We verwachten dat dit aantal in 2018 doorgroeit naar 90.000 deuren. Die gaan zowel naar consumenten als de aannemer op de bouw of de zzp'er. Dus ook als het gaat om dropshipment, kunnen we de professionele handel ontzorgen", zegt Roozeboom. "Een kwestie van bestellen en zeggen waar en wanneer wij het moeten afleveren en het wordt geregeld. Dat is waarde toevoegen."

Gekoppeld aan een grote en brede voorraad deuren, beslag en andere toebehoren wordt Skantrae

gewaardeerd om zijn logistieke kracht. “Daar gaan we in 2018 verder aan werken”, zegt Dinno van Breugel. Zo wordt het magazijn heringericht. “We gaan ons assortiment deurbeslag volledig onderbrengen in drie Kardex-kasten, waardoor onze interne logistiek verder kunnen optimaliseren”, zegt Van Breugel.

Skantrae groeit

Het in Zevenaar gevestigde Skantrae is onderdeel van Deli Home uit Gorinchem. Dit moederbedrijf – met 800 medewerkers en een omzet van € 250 miljoen – herbergt tevens Bruynzeel Home Products en JéWé group. “Met NPM Capital hebben we een krachtige eigenaar, die zekerheid biedt en maakt dat we kunnen focussen op groei”, zegt Dinno van Breugel, algemeen directeur van Skantrae.

Over de ambitie van de deurenspecialist is Van Breugel duidelijk: “We willen harder groeien dan de markt. De afgelopen twee jaar zijn we fors gegroeid en ook in de eerste maanden van 2018 zet deze groei door. In 2017 hebben we voor het eerst meer dan 500.000 deuren verkocht.”

Voor de professionele markt levert het bedrijf deuren onder de merknamen Bruynzeel en Skantrae. De consumentenmarkt wordt bediend met de merken Cando, Lundia en enkele private labels. In Zevenaar werken 135 mensen (120 FTE).

Optimalisatie

De focus van Skantrae ligt op de klant, zowel retail als bouwgroothandel. Volgens Ralf Roozeboom profiteert de professionele markt van de retailervaring die er binnen Skantrae aanwezig is. “Die ervaring biedt ons kansen om ook de bouwgroothandel te helpen in hun bedrijfsvoering. Niet alleen als het gaat om het verkopen van producten en upselling, ook als het gaat om serviceverlening en efficiënt werken blijven we de samenwerking optimaliseren.”

Hoewel de digitalisering in de relatie met de klanten zijn opmars verder doorzet, zal de ‘gewone’ catalogus voorlopig nog wel blijven bestaan. “Je kunt ook niet verwachten dat onze klanten meteen meegaan met alle digitale ontwikkelingen en mogelijkheden die we bieden”, zegt Van Breugel. “Maar ook hiervoor geldt dat we wel moeten blijven tonen hoe groot de voordelen zijn die we kunnen bieden.”

Redactie Mixpress