

Bij Hubo schakelen ze vanuit de behoefte

11-06-2020 10:00



“Het draait volledig om mensen, daarom is het ook in deze tijden belangrijk om te blijven investeren en opleiden. De mensen zijn onze kracht, zij ontzorgen klanten”, zegt Formulemanager Hubo Angela van Dongen. “In een aantal categorieën willen we uitblinken, dus daarom zetten we een eigen mbo-opleiding op. Zo kun je bijvoorbeeld als assistent-bedrijfsleider doorgroeien en straks een winkel overnemen. Ook in-company geven we trainingen voor het hele team; digitaal, per post of op de winkelvloer.”

Uit eigen koker met Hubo-sausje

In het nieuwe jaar start een klas met medewerkers die de stap naar vakman willen maken; volgend schooljaar begint een klas met scholieren. De stap om met een eigen opleiding te starten werd ingegeven doordat de aanwas van vakmensen voor het maatwerk mager was. Daarnaast kwam Hubo er vakinhoudelijk met de ROC's niet uit. “Vijf ondernemers zijn momenteel de praktijklessen aan het schrijven, want het moet straks met echte Hubo-saus uit onze koker komen. De opgedane kennis kun je toepassen in de winkel, de winkelstage zorgt ervoor dat iemand allround wordt. Bovendien is het een leuke job om verschillende klussen en projecten rondom een huis aan te pakken, zonder dat je iedere dag hetzelfde aan het doen bent.”

Niet alleen korte klap

“Bij het uitvoeren van maatwerkorders was het de kortste klap geweest om een goeie poule met mensen aan

je te binden. Een flexibele schil die een Hubo-trui aantrekt en namens de winkel op pad gaat. Maar juist dat lokale ontbreekt dan, terwijl klanten het prettig vinden dat dezelfde mensen uit de winkel ook komen inmeten en de klus klaren. Eén aanspreekpunt met verstand van zaken, dat biedt toegevoegde waarde. Door in te huren kun je je verhaal ook niet meer kwijt, dan klopt de Hubo-story niet meer. Ook zien we dat Hubo-ondernemers graag 'in control' willen zijn. Dus wanneer we inhuren, dan zijn dat slechts extra handjes op een klus. Maatwerk is een groot onderdeel van het Hubo-verhaal, sommige ondernemers moeten dit nog omarmen en verder uitrollen, maar als je het echt omarmt dan zie je de toegevoegde waarde en het rendement de lucht in schieten", volgens Van Dongen. "Bij de trainingen stimuleren we ook het onderlinge samenwerken. Dat kan zowel bij grote als kleine zaken zijn. Kennisdelen is belangrijk, bijvoorbeeld met onze succesvolle Hubo-app. Die zit bij iedere medewerker in de achterzak en bevat planningen, schema's en leuke weetjes op winkelniveau op een socialmedia-achtige manier."

Ontzorgen van een interieuraannemer

"Vaak kan een ondernemer hulp gebruiken en dan komen wij in beeld om hem te ontzorgen. Zaken als een meet-app, het geauto- matiseerd sturen van een offerte, de planning en de facturatie zorgen ervoor dat je een soort interieuraannemer bent. Dat vraagt iets anders van een ondernemer. Hun vraag aan ons is om daarbij te helpen, daarbij moet je denken aan scholing, automati- sering en online. Wij schakelen vanuit de behoefte. Dat geldt bijvoorbeeld ook voor de webshop, de focus hierop is nu meer dan ooit belangrijk. Deze moet de lokale ondernemer versterken waarbij consumenten steeds vaker producten bestellen, maar ook advies kunnen krijgen. Volledig vanuit de Hubo-filosofie."

Ruim twee jaar geleden begon digital en e-commerce manager Danny Kortekaas met het opzetten van een e-commerce platform voor Hubo-ondernemers. De bedoeling was om de online strategie zo lokaal mogelijk te houden, door bestellingen direct vanuit de Hubo-winkels te leveren. Kortekaas: "Met ruim 200 winkels hebben we landelijke dekking. Wij leveren de service voor de online verkopen, de ondernemer regelt de afhandeling in zijn winkel."

"We hadden al 60 winkels aangesloten en ons plan was om dit jaar verder uit te rollen. Door de coronacrisis kregen we steeds meer aanvragen, dus hebben we het traject versneld. We hebben de communicatie ingericht, handleidingen geschreven en winkels aangesloten. Normaal breng ik daarvoor een bezoek aan de winkel, leg de processen vast, bespreek de impact en maken we contracten op. Dat hebben we nu telefonisch gedaan, met hulp van de regiomanagers. Die afgelopen weken hebben veel tijd en energie gevraagd, maar we zien nu al een enorme stijging van bezoekers en ook bij ondernemers is de focus op online groter geworden."

Waar liepen jullie tegenaan bij de implementatie?

In de afgelopen periode waren ondernemers druk in de winkel. Die draaiden dan ook goed, maar wanneer je wilt leveren vanuit de winkel vragen voorraadkoppelingen tijd. Daarnaast moet ook je kassasysteem goed werken. De eerste 60 winkels moesten voor minimaal 80% van hun winkel voorraadbeheer ingevoerd hebben. Met de versnelde uitrol hebben we een systeem inge- bouwd waarbij klanten bij winkels met een veel lager percentage voorraadtelling ook online kunnen bestellen. Dat betekent voor sommige producten wel een langere levertijd. Met dit systeem én door de veranderende klantvraag kregen we veel aanmeldingen voor het snelle traject. Het leuke is: het is geen verplichting voor ondernemers. Ze kiezen er zelf voor."

Verkopen alle Hubo-winkels hetzelfde online assortiment?

"We tonen 24.000 producten, maar daarbij hebben we verschil tussen de winkels. Zo kunnen kleinere winkels een stuk minder producten op voorraad hebben. Gelukkig is alles wel door de winkel te bestellen bij de

leverancier. De webshop is hiermee, zeker voor de kleinere winkels, een verrijking van het assortiment in de winkel. Producten in de winkelvoorraad kan een klant afhalen binnen vier uur, de overige producten worden in vier tot zeven werkdagen geleverd. Om het risico te minimaliseren dat winkels met extra producten blijven zitten die niet in het schap- penplan zijn opgenomen, laten we een klant vooraf afrekenen.”

Wat zijn de afspraken over de fee?

“De online omzet is volledig voor de winkel. Een online order komt op dezelfde wijze binnen als een klant die in de winkel komt. Voor een bezoeker wordt via zijn IP-adres een winkel in de nabijheid geselecteerd. Zijn er meerdere Hubo’s in een plaats? Dan kan de klant zelf kiezen. De persoonlijke benadering van Hubo trekken we ook door bij de bezorging. Iedere winkel heeft een bus om te bezorgen. De bezorgtarieven voor grote producten zijn daarmee bij ons flink lager. Deze longtail producten breiden we straks uit en laten we bezorgen in de winkel. Dat biedt kansen voor advies en extra verkoop, daar zijn we ijzersterk in. Wanneer het efficiënter is dat de leverancier zelf rechtstreeks bij de consument bezorgt, kan de winkel hiervoor kiezen. Voor installatie en montage maakt de winkel bezorgafspraken met de leverancier. In de toekomst willen we ook spoedleveringen tegen meerprijs aanbieden. Dit is overigens nog toekomstmuziek.”

Kun je iets vertellen over de reacties van de ondernemers?

“We krijgen vooral terug dat ze heel erg blij zijn met de inhaalslag die we versneld maken. En we zien dat het werkt. Je moet ondernemers in het hele traject bij de hand nemen, het is vaak allemaal nieuw voor ze en er komt een verkoopkanaal bij. Ook hier helpen wij ze met het nog sterker worden in hun lokale markt.”

Marc