

Maatwerkoplossingen makkelijk en bereikbaar maken

10-06-2020 10:00



Maatwerk en vakmanschap wordt onder andere bereikbaar gemaakt door online bestelmogelijkheden die direct in verbinding staan met de productiefaciliteit. "Producten uit maar liefst vijf van de zes productcategorieën waarin Deli Home actief is, worden veelal op maat gefabriceerd in eigen productiefaciliteiten", vertelt CEO Victor Aquina. Hout en plaatmateriaal, deuren, kastinterieurs, horren en trappen behoren tot die selectie. "En dat aandeel willen we alleen maar vergroten."

De juiste keuze

Deze stap naar digitalisering van de van oudsher ambachtelijke productiemethodes blijkt logisch, zeker in deze periode. "De huidige Coronacrisis heeft natuurlijk impact op enorm veel businesses", vertelt Frank van Putten, Head of Marketing. "De aandacht is ook bij onze klanten meer verschoven naar digitale verkoop en de verwachting is dat dit niet meer zal veranderen omdat de consumenten steeds meer de voordelen van online aankopen omarmen", aldus van Putten. "Deze stroomversnelling van online oplossingen is voor ons een bevestiging dat wij de juiste strategische richting hebben gekozen."

De methode

De klantvriendelijke configuratoren zijn slechts één stap in de uitwerking van de visie. De volledige invulling daarvan loopt over drie assen die de klant begeleiden door het volledige aankooptraject. "Ten eerste willen we

de klant inspireren”, aldus van Putten. “Wij maken het potentieel van hout als basismateriaal zichtbaar. Het is een prachtig materiaal en ook nog eens ontzettend veelzijdig. In een plank schuilt een vloer, deur of kastinterieur. Door onze producten te combineren in je woning creëer je een maatwerk interieur.” Wij laten zien hoe je dat kunt doen.”

Daarna volgt het configureren, ofwel het daadwerkelijk samenstellen van een product of combinatie van meerdere producten. “De tools daarvoor richten wij zelf volledig in en zijn naadloos aangesloten op onze productiefaciliteit. Deze worden vervolgens geplaatst op de website van de retailer. Zo genieten wij van hun website-traffic, en genieten zij van het gemak van onze configurator.”

Tot slot moet er nog geklust worden. Van Putten: “Het zijn tenslotte doe-het-zelfproducten. Wij bieden de consument verschillende tools om de klus helemaal zelf uit te kunnen voeren; van instructievideo’s tot bouwtekeningen.” Ook voor de consument die minder graag klust is er een oplossing.

De missie

Al deze stappen, samengevat in de pay-off ‘Inspire, Configure, Create’ hebben één ding gemeen: de klus van bestelling tot montage zo gemakkelijk mogelijk maken. “Dat is de manier waarop wij vakwerk bereikbaar maken”, aldus van Putten. In deze missie om ‘customized home improvement’ gemakkelijk te maken speelt het eerdergenoemde maatwerk een belangrijke rol. “Wat is nou gemakkelijker dan bijvoorbeeld een kast die exact is gemaakt voor de ruimte die jij beschikbaar hebt?”

De middelen

Het aanbieden van maatwerk is dus een belangrijk middel in de strategie van Deli Home. “Dat kunnen we mogelijk maken doordat wij bronleverancier zijn van veel van onze producten”, vertelt Aquina. Daarvoor wordt geïnvesteed in moderne productieprocessen en -technieken. “Je biedt pas echt toegevoegde waarde als je zelf producent bent van je assortiment. Daarnaast ondersteunen wij de retailer ook in de rest van de keten, tot aan de levering bij de consument.”

Daarmee wordt ook het tweede instrument duidelijk dat Deli Home inzet om diens missie te realiseren. Aquina: “Ons distributiecentrum is volledig op ons assortiment afgestemd. Het vergt expertise om hout-producten goed op voorraad te houden en schadevrij te transporteren. Hout is kwetsbaar, het werkt en is schadeloos. Daar komt bovenop dat onze maatwerkproducten vaak afwijkende afmetingen hebben.” De logistieke experts van Deli Home hebben echter met hun jarenlange ervaring een succesvolle werkwijze gevonden. “Wij zijn een betrouwbare partner voor onze klanten en hanteren een constante uitlevergraad.”

Vertrouwensband

“Zo’n vertrouwensband bereiken we ook met de consument, zelfs als zij niet direct zaken met ons doen”, vult van Putten aan, waarmee een derde middel om de missie te realiseren aan het licht komt. “Door de customer journey volledig te begrijpen en te combineren met de productkennis die wij in huis hebben, zijn we in staat de consument volledig wegwijs te maken in ons assortiment. Slimme POS-materialen, schapontwerpen, montagehulp en inspiratiemiddelen maken de consument vertrouwd met onze producten. Tegelijk krijgen zij met deze hulpmiddelen vertrouwen in zichzelf, ze weten dat ze met onze gebruiksvriendelijke producten de klus zelf kunnen klaren.” De sterke merken in het assortiment van Deli Home spelen daarin een cruciale rol. “Deze merken stralen vertrouwen uit, en geven de consumenten een goed gevoel.”

De toekomst

Recentelijk heeft Deli Home een nieuw merk tot haar aanbod mogen rekenen. Naast de merken CanDo,

Bruynzeel, Lundia en Skantrae behoort nu ook Weekamp tot deze indrukwekkende portefeuille. Met dit merk, de bijbehorende productiefaciliteiten en een hele hoop nieuwe kennis en expertise heeft Deli Home een grote stap gemaakt om haar positie in Europa te verstevigen. Aquina: "De acquisitie van Weekamp Deuren was daarin de eerste stap, maar zeker niet de laatste."

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 door ons al helemaal passend gemaakt", vult Frank van Putten, Head of Marketing aan.

Marc