

“Wij vertrouwen graag op de kennis van volwassen leveranciers”

04-09-2020 08:40



De Verf-Lijmen-Kitten-straat heeft zes merken waar Klingspor er één van is. Alle schuurmiddelen komen van de Duitse fabrikant van de merkproducten in de herkenbare gele dozen. PontMeyer is in veel assortimenten heel volwassen, maar in andere staat de organisatie nog in de kinderschoenen. Zo was het ook het geval met de schuurmiddelen. “In ons onderzoek kwamen we er achter dat we van onze vorige leverancier een doehetzelf-pakket voerden. Dus gingen we op zoek naar een beter alternatief”, zegt Doppenberg. “Ja, dat klopt wel een beetje”, zegt Remco Welbergen van Klingspor. “Uit jullie vestigingen hoorde ik dat jullie best veel verf verkopen, maar eigenlijk nooit schuurpapier. Terwijl je dat eigenlijk niet wilt, he? Schuren hóórt bij schilderen. Daar lag dus een kans voor het grijpen.”

Eén merk voor alle machines

Doppenberg: “We hadden wel schuurmiddelen in de accessoireslijnen van de gereedschapsmerken, maar niet alle klanten willen dat. Natuur- lijk heb je fans die zweren bij de accessoires van een merk als Festool, maar wij hangen geen volledige set schuurpapier op van Festool. Wel van Klingspor, want dan heb je namelijk meteen alles voor alle merken machines. Ook voor merken die we zelf niet voeren.” Welbergen lacht: “Onze slogan is niet voor niets: Klingspor, alles uit één hand.” PontMeyer en Klingspor vonden elkaar tijdens de Bouwbeurs van 2019. Doppenberg en zijn collega’s gingen na uitgebreid klantonderzoek en mede op basis van ervaringen uit de vestigingen het assortiment samenstellen en maakten lijsten van potentie le leveranciers voor alle subgroepen van producten.

Voorraad en logistiek als basis

Met Klingspor was er al snel een klik, blijkt uit Doppenbergs verhaal. “Naast een juist assortiment zijn de logistieke mogelijk- heden van een leverancier heel belangrijk voor PontMeyer. De organisatie heeft geen eigen distributiecentrum daarom willen we decentrale leveringen.” Dat is voor Klingspor geen probleem, aldus Welbergen. “Wij hebben een grote voorraad in ons moderne magazijn in Duitsland en we maken ons sterk voor een goede logistieke performance.”

Een breed assortiment, innovatie, kennis én lokale ondersteuning zijn voor PontMeyer andere belangrijke criteria in de keuze voor een leverancier en ook op die punten scoort Klingspor zonder uitzondering uitstekend. Doppenberg: “We zochten een basis- assortiment dat we later kunnen invullen met vestiging-specifieke items. We willen groeien en iets uitstralen naar de markt. Wij hebben het juiste assortiment voor jouw klus. Dat hebben we met Klingspor nu voor elkaar.”

Breed assortiment, toespitsen op doelgroep

Welbergen: “We maken álles zelf. Voor ons eigen Klingspor-merk maar ook voor private labels en voor machinemerken. Zo kunnen we de kwaliteit waarborgen en hebben we een enorm pakket aan schuurmiddelen. In alle soorten, korrelgrootten, maten en stans- vormen voor alle merken.” Het was dan ook vrij eenvoudig om uit dat aanbod voor PontMeyer een maatgesneden pakket van hard- lopers samen te stellen. Doppenberg: “Dat klopt. Wij bespreken met onze leveranciers altijd wie onze klanten zijn, waar we ons op richten en waar we naartoe willen en werken dan samen naar dat doel toe.” Klingspor had al snel de juiste toon te pakken. “Op enkele uitzonderingen konden we meteen van start met het voorstel van Remco. We stelden een landelijk basis-assortiment samen en krijgen nu zelfs vanuit de vestigingen al aanvullende wensen. Zo goed loopt het.”

Kennis en ondersteuning

Ook Welbergen is tevreden met de resultaten van de eerste maanden. “De verkopen stemmen tevreden en de afstemming tussen PontMeyer en ons gaat heel soepel.” Doppenberg: “In zulke assorti- menten is het voor ons belangrijk dat we kunnen bouwen op de steun van een leverancier met kennis van zaken.” Dat geldt op het gebied van de assortiment-samenstelling van de inrichting tot aan het tech- nisch advies voor de medewerkers in de vestigingen. “We willen écht Nederlandstalige contactpersonen en die biedt Klingspor. Uit erva- ring weten we namelijk dat het niet werkt als onze mensen contact moeten opnemen met een serviceafdeling in het buitenland.”

Missie geslaagd

De bestellingen vanuit de vestigingen komen volop binnen, er wordt al gesproken over specifieke items voor verschillende vestigingen, dus behaalt het 1,25 meter-assortiment zijn doel: schuurpapier verkopen bij de schilderklus. Smaakt dat naar meer? Klingspor maakt namelijk ook doorslijp-, afbraamschijven, lamellenschijven en diamantschijven. Doppenberg: “Dat is nu volop in onderzoek. De samenwerking bevalt goed en we kijken altijd welke leverancier sowieso al bij ons komt. We weten allebei waar we staan, weten waar we heen willen en werken daar samen naartoe.”