

Groothandel Velleman zet in op groei smart-assortiment

16-10-2020 08:00



Met de zeven eigen brands en producten van tal van A-merken richt Velleman zich op zowel de consumenten- als de professionele markt. “Die combinatie zorgt ervoor dat we in beide markten kunnen genieten van de kennis en ervaring binnen die markten. Zowel als je kijkt naar de kwaliteit van de producten als de verkoopondersteuning en serviceverlening. Het maakt Velleman een interessante partner die meerwaarde biedt voor beide kanalen”, zegt marketing officer Vincent de Vriendt.

Handige klusser

Goed voorbeeld van die meerwaarde noemt Vanhoenacker een slimme relaisschakelaar waarop de ‘handige klusser’ eenvoudig meerdere elektronische producten kan schakelen en programmeren. “Bijvoorbeeld de bediening van een poort, een camera bij die poort en de intercom in huis. Naast plug and play-smart producten bieden we dus ook oplossingen aan die prima zelf te installeren zijn door een consument met kluservaring of installateur.”

Het doe-het-zelf retailkanaal is belangrijk voor de groothandel, zowel in Nederland als ‘thuismarkt’ België. “We willen de komende jaren meer consumenten bereiken via de doe-het-zelf. Daarom richten we ons ook op uitbreiding van klantenbestand in die branche”, zegt Vanhoenacker.

Smart assortiment

Voor Velleman staat bij die uitbreiding het smart assortiment centraal. “Hoewel het voor ons niet nieuw is, zien we wel de trend dat slimme producten snel aan populariteit winnen. Daarom komen we in het eerste half jaar van 2021 ook met een nieuwe lijn smart producten, waarbij de nadruk zal liggen op verlichting en slimme stekkers. Voor binnen en buiten, want onze klanten zijn gewend aan onze uitgebreide keuze aan producten

voor in huis en aan huis of in de tuin.”

De nieuwe lijn bestaat uit een 15-tal producten, die onder het eigen merk Perel Smart op de markt gebracht worden. Het huidige Perel-aanbod herbergt een uitgebreide range huishoudartikelen, zoals tuingereedschap, verlichting, ventilatie en elektriciteit waar- onder stekkers, kabelhaspels en verlengsnoeren. “De producten die we in 2021 gaan introduceren, vormen slechts het begin”, zegt Jia-Rong Yang, eveneens category manager, enthousiast.

Tuya platform

Het smart assortiment van Velleman draait op een Tuya platform. Vanhoenacker: “Dit wifi-gebaseerde platform is enorm in opkomst. Bovendien is het erg flexibel omdat de eindklant via het platform ook slimme producten en toepassingen van andere merken kan integreren in de app.”

Maar gemak en flexibiliteit voor de eindklant zijn niet de enige reden geweest om te kiezen voor Tuya. “Het is een sterk platform met krachtige software eromheen. Daarover hoeven wij ons geen zorgen te maken zodat wij ons kunnen richten op de producten en de eindklant. Een belangrijke meerwaarde van het platform voor ons.”

Rebranding Perel

Met de introductie van de nieuwe smart-collectie wordt ook het ‘nieuwe Perel’ gepresenteerd. De Vriendt: “We hebben hard gewerkt aan de rebranding van Perel. Al jaren is het ons mainstream consumentenmerk met innovatieve oplossingen, die we vooral via de doe-het-zelf op de markt brengen.”

De rebranding betreft niet alleen een nieuwe look & feel van het merk, ook productinhoudelijk is kritisch gekeken naar kwaliteit. “Die kwaliteitsverbetering is een never-ending story voor ons. Het is een continu proces.” Het nieuwe verpakkingsconcept van de Perel-producten noemt De Vriendt ‘strak, gekoppeld aan de juiste beleving’.

Clean en duidelijk

Door de key features van de smart producten op de voorzijde van de verpakking te plaatsen, weet de consument meteen wat de usp’s zijn. “Dat is vandaag de dag belangrijk. Het moet clean en duidelijk zijn. We willen klanten niet laten zoeken naar die relevante informatie. Daarom beperken we de gegevens op de verpakking ook tot het hoognodige. Wel is er een verwijzing naar de website, waar de volledige productinformatie beschikbaar is, inclusief eventuele instructiefilmpjes en andere tips.”

De combinatie van online en offline is een bewuste keuze. “Het biedt ons volop mogelijkheden om consumenten, via een product dat ze kopen of waarin ze geïnteresseerd zijn, kennis te laten maken met ons assortiment. Door slimme koppelingen te maken binnen productgroepen of door verschillende productgroepen aan elkaar te verbinden via de website kunnen we tonen wat we in huis hebben”, aldus Vanhoenacker.

Volledige verhaal

Jia-Rong Yang benadrukt dat Velleman veel waarde hecht aan het ‘vertellen van het volledige verhaal’. “Achter ieder brand zit een visie en een verhaal. Het is belangrijk om deze te delen omdat we met onze eigen brands verschillende en unieke proposities bieden. Hierbij is in veel gevallen een toegevoegde waarde dat we ons met die merken op het snijvlak van professionals en consumenten bevinden. Daarvan profiteren beide doelgroepen.” De zeven eigen brands, vele A- en B-merken die in het assortiment zijn opgenomen, de eigen

research & developmentafdeling en de eigen quality control geven Velleman de brede basis waarmee de groothandel zich graag profileert. “One-stop- shopping, dat is wat we bieden”, zegt Vanhoenacker.

Ondersteuning

Voor Velleman staat een zo goed mogelijke ondersteuning van de partners centraal. “Daar vindt de actie plaats, de medewerkers in de winkels moeten onze producten verkopen. Om ze daarbij te helpen bieden we POS-materiaal, schappenplannen, trainingen op de werkvloer en aanvullende communicatie in de vorm van leaflets of andere uitingen. Dit gebeurt in nauw overleg met de retailer, die weet immers wat wel en niet werkt in zijn winkel. Wij zetten ons maximaal in om de verkoop van onze producten te stimuleren. Van die inzet profiteert de retail”, aldus De Vriendt.

Velleman

Velleman werd in 1974 opgericht door het echtpaar Velleman. In eerste instantie als producent van elektronische kits, maar anno 2020 is het bedrijf uitgegroeid tot een groot- handel in elektronische producten en modules. Daarnaast biedt Velleman een uitgebreid assortiment consumenten- en doe-het-zelfartikelen. De groothandel is actief in meer dan tachtig landen en is met een eigen salesteam vertegenwoordigd in België , Nederland, Duitsland, Frankrijk, Spanje en Portugal. Daarnaast beschikt Velleman over drie eigen inkoopkantoren in China, Taiwan en Hong Kong.

Van de ruim 120 medewerkers werkt een groot deel in sales, marktondersteuning, management, logistiek en R&D. “We beschikken over een warehouse waarin de 16.000 producten die we in ons assortimenten aanbieden liggen. Dat resulteert in een snelle levering en hoge leverbetrouwbaarheid”, aldus category manager Dieter Vanhoenacker.

Redactie