

TU-vestigingen nog wel belangrijk?

10-12-2020 07:00



“We spelen hier Champions League”, zegt Remco Tolsma, Vice President Marketing en E-business bij Technische Unie. “Voor ik bij Technische Unie startte, werkte ik bij een soortgenoot. Daar zagen we TU niet echt als een concurrent. TU was voor ons écht een andere league.” Nu hij bijna vier jaar bij Technische Unie werkt, weet hij dat het bedrijf bescheiden is, maar echt wel een instituut is.

70% online, tóch 35 vestigingen

Omzet van Technische Unie is niet bekend. Het bedrijf is een dochter van het Franse familiebedrijf Sonépar. Tolsma kan geen omzetcijfers noemen. Wel meldt hij dat 70% van de omzet op 2,5 miljoen producten digitaal is. “Digitaal is bij ons de optelsom van orders uit de webshop, de mobiele app en system-to-system-orders.” Toch hecht Technische Unie veel waarde aan de 35 vestigingen waar er de laatste tijd veel van vernieuwd zijn. “Op de vestigingen bieden we veel persoonlijk advies en hebben we waardevolle contactmomenten. De vestigingen fungeren ook als pick-up-point voor veel online orders. Onze klanten weten namelijk ’s ochtends meestal niet waar ze later die dag precies aan het werk zijn.”

Belangrijke functies van vestigingen bij Technische Unie:

- Persoonlijk advies
- Waardevolle contactmomenten

- Pick-up-point voor veel online orders

Dit is een fragment uit [een uitgebreid MIXpro-interview met Remco Tolsma, marketingdirecteur van Technische Unie: "TU kan nog volop groeien"](#)

Redactie