

"De knop is óm, we gaan voor online"

17-12-2020 14:04



Dat zegt Hornbachs marketing- en communicatiemanager Maarten Post als we hem spreken over de dagen na de retail-lock-down.

Respect en begrip

Maandagavond, direct na de persconferentie, meldde Hornbach al dat ze respect en begrip hadden voor het besluit en de situatie ten volle zouden accepteren. "Uiteraard", zegt Post. "Onze branche is veel bespaard gebleven in de afgelopen Corona-maanden. We hebben er hard voor geknokt om beschikbaar te blijven voor de consument en dat is gelukt. Ook in deze lock-down met de mogelijkheid tot reserveren en afhalen."

Zagen het aankomen

Bij Hornbach zagen ze de lock-down min of meer wel aankomen. "Bouwmarkten kwamen steeds meer ter discussie te staan in de media en in politieke discussies. In landen om ons heen werden de bouwmarkten aangemerkt als essentieel, zodat een lock-down daar aan hen voorbijging. Maar toen Duitsland dat het afgelopen weekend omdraaide, zijn we zo snel mogelijk gaan anticiperen op een sluiting van de bouwmarkten in Nederland."

Reserveren en afhalen gestroomlijnd

De operatie van online orders via de webshop en het online-DC in Eindhoven liep al behoorlijk goed, al heeft ook Hornbach te maken met haperingen in het logistieke proces van de bezorgdiensten. Maar vanaf vorige week werden ook mensen in de winkels voorbereid op een andere rol. "Collega's die normaal gespreken achter de verfmengmachine staan, bij de servicebalie of verkoopgesprekken houden, gaan nu meewerken in het proces van reserveren en afhalen", zegt Post. 'Gelukkig hadden we net een test achter de rug in Nieuwegein met pre-pay waarbij mensen met een bestelnummer bij een afhaalpunt buiten de winkel hun bestelling konden afhalen. Dat proces hebben we direct uitgerold naar al onze vestigingen. Daarbij hebben we het tijdsslot voor het afhalen ook weer 'aangezet'."

Capaciteit verdubbeld

Post: "We verwachten dat online stevig gaat groeien en dat reserveren en afhalen een 'boost' krijgt doordat dat voor klanten nu de enige manier is en ook een goede manier zal blijken." Dinsdagochtend 07:00 uur stonden de processen paraat en kon het los. Inmiddels heeft Hornbach de capaciteit van het aantal afhalers per uur verdubbeld. "Niet omdat het meteen storm loopt, maar omdat we onze organisatie geleidelijk willen opbouwen. Uiteraard houden we daarbij strikt de balans tussen het maximale aantal orders en de minimale gezondheidsrisico's."

Lange rijen? Gaat niet gebeuren!

Hoe is het nu (*donderdagmiddag 17 december*) dan met de drukte? "Maandag zagen we een enorme piek van klanten die nog even snel hun kluspullen in huis wilden halen. Dat heeft de vraag naar voren gehaald. En bovendien moesten klanten dinsdag en woensdag misschien even wennen aan de situatie. Daardoor was het wat rustiger en hadden we dinsdag de tijd om de achterstanden van maandag weg te werken. Maar inmiddels stijgt de vraag langzaam weer."

Verwacht Post dan geen lange rijen van afhaalklanten? "Dat gaat niet gebeuren", klikt het stelliger dan stellig. Dat de web-omzet en omzet uit reserveren en afhalen de omzetsdaling lang niet zal opvangen, weet Post zeker. Met welk percentage omzetverlies Hornbach rekening houdt, weet hij niet precies. "Dat het een diepe val wordt, weten we zeker. Punt."

Knop is om

Desondanks blijft de stemming binnen de Hornbach-gelederen er goed in zitten, aldus Post. "Het komt uit mijn mond misschien over als een mooi sprookje, maar we staan er als één team met één taak. De knop is om, we gaan met zijn allen voor die online orders." Met geregelde en heldere interne communicatie houdt het team van Post alle collega's op de hoogte van de situatie, de voortgang, van de ontwikkelingen en roepen ze op vooral veel vragen te stellen en nemen ze ongerustheid weg. "We zijn nog steeds een 100% gezond bedrijf en er blijft voldoende werk in de winkels voor iedereen."

Kansen

Post is ook blij met de kansen die deze situatie biedt. "Zie maar eens hoe snel we nu steeds schakelen en hoe wendbaar onze organisatie is. En hoe leidend we zijn geweest in de maatregelen en in de communicatie. Maar ook commercieel schakelen we snel. In de vorige Corona-periode hebben we bijvoorbeeld razendsnel online advies voor keukens en badkamers gelanceerd. En deze week hebben we binnen twee dagen online Project-advies live gezet. Daarmee kunnen klanten in iedere productgroep een gratis advies-tijdvenster van een half uur reserveren. Dát zijn mooie dingen die straks waarschijnlijk wel blijven."

Redactie