

Würth werkt aan landelijk netwerk van shops

14-01-2021 16:06



De flagshipstore bij het hoofdkantoor en DC in Den Bosch meet een meter of 650m². Dat is inclusief de showboulevard waar Würth klanten laat kennismaken met nieuwe producten en assortimenten en exclusief de werkplaats waar het bedrijf bussen voorziet van bedrijfswageninrichting.

In de volgende MIXpro een uitgebreid interview met Winfried Blum, directeur Würth Nederland en Jurgen de Lange, manager van de Würth-shops in Nederland.

Op dit moment zijn er 34 shops die een onmisbaar onderdeel vormen van de kanalenmix waarmee Würth zijn klanten bedient. Klanten zijn in 8 divisies gegroepeerd en worden gekoppeld aan een van de - grofweg 350 - vertegenwoordigers. Klanten kunnen ook terecht in de e-commerce-kanalen van het bedrijf en ook in Würth-shops. Die shops rolt Würth nu uit in een landelijk netwerk.

Naar landelijk netwerk van shops

Würth Nederland opende in 1998 zijn eerste shop en sinds 2006 nam het een vlucht. Er zijn nu 34 shops en Würth streeft naar een landelijk netwerk waardoor klanten in heel Nederland binnen 20 minuten in een shop kunnen zijn. De Lange geeft aan dat dat doel met een stuk of 60 shops wel bereikt moet kunnen zijn. Over het tempo van expansie doen Blum en De Lange geen uitspraken, al geven ze wel aan dat die uitrol niet beperkt wordt door economische ontwikkelingen, maar eerder door de beschikbaarheid van geschikte locaties. "Location, location, location", noemt Blum als voornaamste criterium. "We zijn als Würth wel bekend, maar hebben echt een zichtlocatie nodig op een bedrijventerrein waar onze klanten en potentiële klanten toch rondrijden. Als we één straat verderop zitten, kan dat zo al 40% omzet schelen", zegt De Lange die eerder bij Gamma- en Karwei-franchisenemers werkte en onder meer ook bij bouwgroothandels Stoel van Klaveren

(thans BMN) en Jongeneel.

Shops = vooral bouwgericht

Blum: "We merken dat we veel nieuwe klanten aansluiten in onze shops en dat klanten in de shops buitengewoon veel artikelen voor de eerste keer kopen. Shops zijn daarmee een belangrijk verkooppunt voor noviteiten uit ons assortiment." De Würth-shops zijn qua assortiment vooral gericht op bouw, verbouw en herstelwerk. Klanten in de bouw - de Würth-klantgroepen Bouw, Metaal en Installatie - maken 20% van de totaalomzet van het familiebedrijf uit. De Lange: "Bovendien verbeteren we met onze shops onze zichtbaarheid en kunnen we er beleving en persoonlijk advies toevoegen. Zo zijn de shops bijvoorbeeld ook de basis voor de events en demo's die een vast onderdeel van ons concept zijn. Daar trekken we geregeld 400 tot 500 klanten mee."

Direct-sales, e-commerce én shops

Van die totaalomzet wordt meer dan 50% verwezenlijkt in direct-sales via ca 350 vertegenwoordigers. E-commerce en shops zijn goed voor de rest en qua omzet-aandeel ongeveer even groot. Blum tekent aan dat alledrie de pijlers even belangrijk zijn in de omnichannel-benadering. "We zien die verhouding wel verschuiven. Vanwege Corona konden onze vertegenwoordigers niet altijd even goed bij onze klanten terecht en zagen we e-commerce en shops nog verder in belang groeien. Hoewel de aandelen per kanaal in de totaalomzet veranderen, willen we ze in absolute zin alledrie laten groeien. Dat is onze strategie."

Redactie