

Electrobouw: 'Meer marge'

25-01-2013 01:00



Electrobouw bestaat al ruim veertig jaar. Het bedrijf staat bekend om zijn zaagbladen en frezen en de import van andere artikelen, met name machine-accessoires. Van oudsher waren de producten die het Sassenheimse

bedrijf importeert een mix van professioneel en doe-het-zelf. Omdat het aantal zelfstandige dhz-winkels de laatste jaren in snel tempo terugloopt, richt de importeur zich meer en meer op de technische groothandels.

“Veertig jaar geleden introduceerde Electrobouw al een productpakket met eigen import; machines en machineaccessoires die voldoen aan de hoge kwaliteitseisen tegen een goede prijs. Daar zijn de nodige voorbeelden van. Met de overname van Electrobouw door mijn vader zijn wij weer een familiebedrijf en putten wij uit de jarenlange importervaring van Electrobouw”, begint directeur Arjan Kamp. Het bedrijf startte direct met zoeken naar een alternatief in de markt voor e-gereedschappen. Kamp: “Iedereen vist in dezelfde vijver met hetzelfde pakket. Klantloyaliteit daalt en toegevoegde waarden worden rap gekopieerd. Er is een overschot aan aanbieders, waardoor je alleen nog op prijs kunt concurreren en daar wordt niemand beter van. Dus wilden wij de markt een alternatief bieden met het Zuid-Koreaanse powertoolmerk Aimsak. Dat is e-gereedschap met de kwaliteit van een A-merk, maar prijstechnisch een stuk interessanter. Dit ligt niet op iedere hoek van de straat en

zo blijft er meer marge over voor de technische groothandel, onze klant.”

Focus

Kamp benadrukt dat het Aimsak-pakket is voorbehouden aan de fysieke vakhandel. Aimsak produceert al 23 jaar e-gereedschap en heeft daarmee in Zuid-Korea een marktaandeel van 25%. Nu ligt de focus van het bedrijf op Amerika en Europa. Electrobouw is verantwoordelijk voor de Benelux-markt. “We zijn net begonnen met het opbouwen van een dealernetwerk. We zijn hier vrij selectief in. Uiteindelijk is iedereen meer gebaat bij een lange, goede samenwerking. We willen een goede regiodekking, zonder dat de dealers elkaar in de weg zitten. Ze worden ook ondersteund met de nieuwe website www.aimsak.nl en met producttrainingen. Daarnaast krijgen ze demomachines, zodat zij aan hun klanten kunnen laten zien wat de voordelen van de machines zijn.”

Kwaliteitsgarantie

Electrobouw stelt wel een aantal eisen aan dealers; zo moeten ze verstand van gereedschap hebben en persoonlijk contact met de klant. Onlangs werd een aantal zelfstandige technische groothandels

ingericht met een Aimsak-schap. Uniek aan het gereedschap is volgens Kamp de schakelaar. Deze zorgt onder andere voor diepontladings- en overbelastingsbeveiliging. “Doordat dit in de schakelaar zit, is er dus geen dure losse chip op elke accu nodig. Een Aimsak-accu kost slechts een derde van de prijs vergeleken met andere merken.”

Terwijl Electrobouw wel de kwaliteit van de producten garandeert. Zo worden de machines onderworpen aan uitgebreide praktijktesten, onder meer bij bouwbedrijven en kassenbouwers. “Die waren laaiend enthousiast over de slagschroevendraaier en slagmoersleutel. Als er ooit een probleem met een machine zou zijn, zorgen wij ervoor dat het binnen vijf dagen is opgelost.”

Onderscheid

Maar Aimsak is niet het enige nieuwe merk voor Electrobouw. Deze maand startte het bedrijf met het uitrollen van een merk voor onder meer zaagtafels en afkortzagen. Het plan is om daar in het voorjaar mee de markt op te gaan. “Zo blijven we zoeken naar andere merken om de vakhandel onderscheid te bieden. De markt verandert. Ook ons eigen label EB pakken we weer op, daarvan zijn we het assortiment aan het upgraden met onder meer goede bits voor slagschroevendraaiers. En we leveren private labelproducten vanaf minimale aantallen, zoals tien zaagbladen met logo, om maar eens wat te noemen. We bieden onze klanten een pakket waarmee ze marge kunnen pakken omdat de producten niet te vergelijken zijn met die van andere merken. Dus zit je niet meteen met prijsconcurrentie. Daarin zit het onderscheid voor de retail.” Electrobouw blijft dus zoeken naar alternatieven en blijft in beweging. “We willen ervoor zorgen dat onze klanten een goede boterham kunnen verdienen met ons pakket, zeker in deze tijd.”

Marc Nelissen