

“Zonder goed digitaal product sta je 1-0 achter”

12-09-2023 07:00



De geschiedenis van Van Walraven voert terug tot 1968, toen de vader van Henk van Walraven een groothandel opzette met drie broers in Mijdrecht. “Mijn vader had al een mooi installatiebedrijf opgebouwd, maar vond handel heel erg leuk en dus is hij toen die kant op gegaan. In de jaren negentig heb ik het stokje van hem overgenomen, samen met mijn broer.”

Zestigduizend producten

Anno 2023 werken er meer dan vierhonderd mensen bij het bedrijf, dat nog altijd hoofdkantoor houdt in Mijdrecht. Inmiddels heeft de onderneming dertien vestigingen, een winkel in bedrijfskleding en een grote prefab-tak voor installateurs. Van Walraven verkoopt al meer dan tien jaar online, aan klanten met een account. Mede door OCI-koppelingen zijn installateurs aan de shop verbonden, die zo eenvoudig kunnen bestellen. Van Walraven heeft ook een eigen app. Het totale assortiment bestaat uit ruim zestigduizend producten van meer dan vijfhonderd merken. Behalve producten levert het groothandelsbedrijf ook technisch advies en aanvullende diensten.



MDM-oplossing

“We waren al jaren aangesloten op de datapool Artikelbeheer.nl, waar we Compano van kenden, toen we nader in contact kwamen”, blikt Henk van Walraven een jaar of vier terug in de tijd. “We wisten dat we er goed aan zouden doen om een MDM-systeem (de letters staan voor Master Data Management, red.) aan te schaffen. Compano kwam als beste uit de bus, vanwege de persoonlijke benadering, de structuur van de systematiek en hun aansluiting op de keten.”

Waarom koos Van Walraven voor een MDM-systeem? “We werkten altijd met één grote Excel met alle prijzen, kortingen et cetera. We voegden ook zelf veel data toe. Het vergde ontzettend veel handwerk om dat document te actualiseren en verrijken. We zagen in dat het nodig was om onze assortimentsdata te structureren.”

Houtje touwtje voorbij

“Dat gaat overigens niet zomaar”, vervolgt de directeur. “Je moet alles eerst op orde maken en goed naar de inkoopkant kijken, voor je een en ander als masterdata gaat vastleggen. Het heeft ons veel tijd en aandacht gekost om vanuit die ene Excel zover te komen als we nu zijn, maar ik ben heel blij dat we de stap hebben gezet. Het is enorm wat klanten tegenwoordig allemaal vragen, dat is houtje touwtje niet meer bij te houden.”



Carlo de Nijs, commercieel manager van Compano, valt Van Walraven bij: “In de praktijk druk je nu op het knopje ‘actualiseer’, en dan zijn alle data en prijzen weer op orde, aangenomen dat fabrikanten die gegevens hebben gepubliceerd in een datapool. Als groothandel kun je snel schakelen als je koppelingen hebt gelegd met je ERP en je inkoop. Van Walraven is nu bezig met de uitrol van automatisch bestellen door zijn klanten via EDI, op basis van berichtenstandaard DICO. Dat kan naadloos als het MDM-systeem goed draait.”

Dataexplosie

Net als Van Walraven ziet De Nijs de hoeveelheid data exploderen: “In coronatijd kregen bedrijven meer aandacht voor hun website en shop. Ze zagen in dat het handig is om alle data op één plek te hebben en klanten rijke, eenduidige en actuele informatie te bieden – Van Walraven had dat trouwens al eerder in de gaten. De containercrisis en de oorlog in Oekraïne hebben vervolgens geleid tot veel wisselingen in prijzen en assortimentsbeschikbaarheid, en daarmee tot datawijzigingen. Ondertussen komen er steeds nieuwe duurzaamheidsmaatregelen die data-eisen met zich meebrengen. Denk aan het materiaalpaspoort, certificaten en ga zo maar door. Er komt wat dat betreft nog een hele wereld aan. Deze data moeten allemaal ook nog eens vele jaren bewaard worden.”

De behoefte aan structurering van al die data is manifest en zal alleen maar groeien, wil De Nijs maar zeggen. Zeker bij bedrijven met grote assortimenten en verschillende verkoopkanalen als Van Walraven: “Ik ben blij dat we klanten goede informatie kunnen bieden, niet meer de informatie die we zelf hadden bedacht”, aldus Henk van Walraven. Hij doelt op de beginjaren van de webshop, toen het bedrijf handmatig producten met informatie verrijkte. “Bijvoorbeeld over kleuren, afmetingen, diameters en dergelijke. Dankzij de ETIM-classificatie kun je productinformatie nu direct gebruiken en in één keer online ontsluiten voor klanten. Zonder fouten, met een grote hoeveelheid kenmerken waar klanten op kunnen selecteren en filteren. Er is simpelweg veel meer informatie beschikbaar gekomen, waar klanten ook echt op zitten te wachten zo blijkt; ze vragen veel meer info op dan we ooit voor mogelijk hielden.”

Fabrikanten

Van Walraven constateert dat de meeste fabrikanten hun best doen om goede informatie over hun producten beschikbaar te stellen. “Ze moeten ook wel”, zegt hij, “want anders staan ze tegenwoordig met 1-0 achter. Ze hebben er baat bij om informatie goed gestructureerd aan te bieden.” De Nijs vult aan: “Anders gaan groothandels hun eigen interpretaties maken en verliezen fabrikanten grip op hun productdata. Of groothandels kiezen voor andere aanbieders die wél werk maken van wat men hun digitale product noemt. Dat is tegenwoordig zeker zo belangrijk als het fysieke product waar ze groot mee zijn geworden. Wij zien zeker in de bouwbranche nog weleens dat fabrikanten de digitale productversie als een bijkomende administratieve taak zien, of dat ze het uitbesteden aan hun webbureau of een datadienstverlener. Daarmee verliezen ze in feite de grip en specialisme op hun digitale product. Het spreekt voor zich dat het heel frustrerend is als een product om die reden niet goed naar voren komt in de systemen en filters van aannemers of installateurs. Zij

kopen op basis van het digitale product.”

Compano Software, Arnhem, 088.266.72.01, sales@compano.com, wwww.compano.com

Wie is Compano?

Compano is al 25 jaar dé specialist op het gebied van online software voor de bouw- en installatiebranche. Klanten zijn actief als producent, handelaar, inkoopvereniging, aannemer of installateur. Compano is erkend partner van Ketenstandaard voor de bouw- en installatiebranche, ETIM, DICO, BMECAT, FESAH en GS1.
www.compano.com

Redactie