

Wow-factor: “Ik liep wel eens tegen groeistuipen aan”

09-04-2024 07:00



Kun jij iets vertellen over wie John van den Herik is en wat jij de afgelopen jaren hebt gedaan?

“Ik ben John van den Herik, 60 jaar jong en mijn hele zakelijke leven al ondernemer. Tot een vijftal jaren geleden altijd operationeel actief en de laatste 5 jaren grotendeels adviserend vanaf de zijlijn.”

Zelfstandig ondernemer, waar kwam deze stap vandaan?

“Het ondernemerschap is me met de paplepel ingegoten. Mijn vader had een groothandel in textiel waar ik eind jaren 80 ingerold bent. Ik heb het bedrijf begin jaren 90 overgenomen en ben me gaan focussen op fashion, diverse eigen merken opgezet, met een latere uitbreiding naar lifestyle.”

Textiel business met het mooie merk LIEF!

“LIEF! lifestyle was eigenlijk een hobby project van mijn vrouw Yvonne. Zij was altijd de creatieve geest in ons bedrijf en in 2005 wilde ze het wat rustiger aan gaan doen en bedacht een nieuw concept te weten LIEF! Lifestyle wat ze hobbymatig in de markt wilde gaan zetten. Het liep allemaal wat anders want enkele jaren later waren er 20 LIEF! winkels, een breed wholesale kanaal, meer dan 25 productgroepen in een licentiemodel, een groot online B2C kanaal, internationale expansie, eigen characters (Fien & Teun) en zo'n 150 werknemers.”

Hoe was het dat je na zoveel jaar afscheid hebt genomen van jullie merk en kindje?

“Door de enorme en (te) snelle groei konden we het niet goed meer overzien wat ertoe heeft geleid dat we in 2015 een doorstart hebben moeten maken en we onderdeel werden van een Duits bedrijf. Wij zijn toen nog een aantal jaren aan boord gebleven maar hebben in 2018 besloten dat het zo goed was en tijd werd voor nieuwe avonturen.

De jaren van LIEF! lifestyle hebben we als een rollercoaster beleefd en om in Danny Vera zijn woorden te spreken “With those crazy heights and real deep lows”. Prachtige maar ook heftige tijden meegemaakt waardoor het loslaten voor ons precies op tijd kwam.”

Dan ga je adviserend werk doen. Hoe kwam je op dit idee?

“Na vele jaren midden in de operatie te hebben gestaan, leek het me leuk om nu eens vanaf de zijlijn actief te zijn. Door al mijn levenslessen en breed opgebouwde netwerk, wilde ik eens gaan kijken of ik bedrijven/ondernemers kon helpen met adviezen op het gebied van organisatie, groei maar zeker ook branding en het genereren van visibility.

Sinds 3 jaar doe ik dit o.a. voor ‘100%leuk’, het giftlabel van Emmy Dingemans. Begonnen vanuit retail, doorgroeid naar wholesale en liep tegen dezelfde groeistuipen aan die ik in het verleden ook meegemaakt heb. Ik heb haar geholpen om de organisatie neer te zetten, de juiste inkoop en distributiekkanalen te kiezen en te zorgen voor meer zichtbaarheid in de markt. Superleuk om te zien dat er nu inmiddels ruim 800 retailers zijn die 100%leuk in het assortiment hebben en hier ook succesvol mee zijn. Met Emmy en haar zoon Aron zijn we een jaar geleden ook een nieuw bedrijfje te weten 100%attent gestart waar we via een B2B businessmodel bedrijven helpen met boeien en binden van werknemers met persoonlijke aandacht op het juiste moment.”

Daarna begon je als adviseur bij Monta, wat een bedrijf is waar de meeste MIX-lezers niets van zullen weten. Kun jij eens wat meer vertellen over dit mooie bedrijf?

“Monta is een logistiek e-commerce en fulfilment bedrijf waar we vanuit 17 vestigingen verspreid in Nederland, België, Duitsland en binnenkort ook in de UK voor een kleine 2000 webshops miljoenen online bestellingen verzorgen en verwerken. Wereldwijd!

Alle software en hardware wordt in huis ontwikkeld waardoor, naast fulfilment, Monta zich de laatste jaren via de eigen geschreven magazijnsoftware (WMS) ook op online retailers richt die zelf hun warehousing willen blijven doen.”

Monta is dus een succes-story die jaar op jaar blijft groeien?

“Jazeker, Frank. Monta is een mega succes! Met fulfilment begonnen in 2012 en nu marktleider, meer dan 1200 werknemers en jaarlijks een organische groei van bijna 50% bewerkstelligen. Maar dit alles in een lean & mean bedrijfscultuur waar de mensen altijd centraal staan. Een kleine 10% van de werknemers zijn mensen met een achterstand tot de arbeidsmarkt wat iets zegt over de betrokkenheid van Monta.

Ik ken CEO Edwin van der Ham al jaren, aangezien ik in mijn tijd van LIEF! lifestyle met mijn bedrijf op een paar

honderd meter zat van het hoofdkantoor van Monta in Molenaarsgraaf.

Ondanks de mooie jaarlijkse groeicijfers kennen veel mensen Monta niet en enige jaren geleden vroeg Edwin mij of ik niet kon helpen met een stukje branding en visibiliteit. Ondanks dat Monta marktleider is in Nederland is er, met 88.000 webshops alleen al in Nederland, nog volop te winnen om over de internationale uitbreiding maar te zwijgen.

Ik begeef me nu voor Monta o.a. in de sport, media, entertainment wereld om hier Monta op de kaart te zetten maar ben ook altijd bezig om vanuit mijn brede netwerk new business te bewerkstelligen.”

Het personeel kan bij Monta Monta punten verdienen. Hoe werkt dit?

“Bij Monta staan de mensen centraal en d.m.v. gamification worden er spelelementen aangewend om de werknemers positief te ontwikkelen. Werknemers die bijvoorbeeld de meeste orders verwerken kunnen Monta coins winnen die ze in de Monta shop kunnen verzilveren voor leuke uitjes, restaurants etc.”

Welke bedrijven en of merken in de dhz-business zou Monta nog graag eens een afspraak mee willen hebben?

“Dat is het mooie aan Monta. Door de flexibiliteit in de organisatie en vestigingen is in principe iedere online retailer die zich focust op B2C, klein of groot, food of non-food, een potentiële klant. Monta past zich heel flexibel aan de klant aan i.p.v. dat de klant zich moet aanpassen aan Monta.”

Wat zou jij morgen the dhz-business willen adviseren als je kijkt naar fulfilment, webshops, e-commerce, etcetera?

“Mijn grootste valkuil in mijn tijd als operationeel ondernemer was dat ik alle takken van sport zelf bleef doen. Ik zie dat bij veel ondernemers terug en mijn advies zou dan ook zijn: Focus! Doe zelf de dingen waar je goed in bent. Hou je bezig met je product, inkoop, sales oftewel de voorkant van je businessmodel en kijk of je de “achterkant” waaronder de logistieke ontzorging kunt uitbesteden aan experts. Voor veel ondernemers is dit nog best een dingetje maar je ziet in de praktijk dat er een win/win ontstaat. De jongere startende ondernemers zijn zich hier vaak al van bewust maar de gevestigde orde, waartoe ook ik behoorde, vindt dat nog wel eens lastig.”

WOW-factor

Frank Heus heeft een succesvol track-record in dhz-industrie. Wie hem kent, kent zijn drive en zijn enthousiasme. Voor MIX gaat hij – op strikt persoonlijke titel – op zoek naar de WOW-factor. Heus: “John van den Herik is een succesvol zakenman van textiel tot en met licensing-factory en adviseur van de grootste fulfilment-company van Nederland voor 1.800 webshops. John weet als ondernemer waar de business is en waar het naartoe gaat.