DE WERELD VAN de ONDERNEMER

foto FREDDY SCHINKEL

‘Met één klik vergroten wij onze afzetmarkt’

Tuinmeubelen verkopen via internet? Veel bedrijven in de branche durfden er hun vingers niet aan te branden. Tuinmeubelland sprong er vol overtuiging in, onder meer via bol.com. Mede-oprichter Babs ten Teije: ‘Je moet erbovenop zitten, maar mijn advies is: niet bang zijn. Doen.’ Door Eric de Jager

Babs te Teije begon dertien jaar geleden met haar broers Jeroen en Marko een tuinmeubelwinkel in Dronten. „Meubels, parasols, kussens. We hebben drie jaar goed gedraaid en zijn toen gaan uitbreiden. We hebben een winkel van 2500 vierkante meter laten bouwen. Daar zijn we in 2006 ingetrokken. Toen begonnen we ook met de formule Tuinmeubelland. Eerst in Veghel, daarna in Zaandam.” Tuinmeubelland gelooft in ruim aanbod. „Onze winkels zijn 2500 vierkante meter of groter. Mensen willen kunnen kiezen.” Een sterke digitale aanwezigheid past daarbij. „Vanaf het begin hebben wij een webshop. We werken in een traditionele branche, die huiverig was voor onlineverkoop. Het zijn geen kleine pakketjes natuurlijk. Maar wij wisten: hier moeten we bij zijn." Je moet niet bang zijn om dingen te proberen als ondernemer, zegt Ten Teije. „Vaak vrezen bedrijven voor de omzet in hun winkels. Maar het is complementair. Wij geven in de winkel deskundig advies met een kop koffie erbij, en dat werkt. We zijn niet bang dat

‘Onlineverkoop moet snel, onderschat dat niet als je begint’

mensen thuis gaan googlen en hun aankoop ergens anders doen, want we hebben het beste aanbod.”
Tuinmeubelland heeft zijn onlineaanwezigheid onlangs uitgebreid via bol.com. „Wij bieden ons complete assortiment aan. We vergroten zo onze markt in Nederland én België door de miljoenen klanten van bol.com. Veel klanten van bol.com gaan voor het gemak en het vertrouwen dat ze al hebben in het bedrijf. Daar profiteren wij van mee.” De omzet via bol.com kanibaliseert niet met de eigen site van Tuinmeubelland. „De gemiddelde orderwaarde via bol.com ligt iets lager dan in onze webshop. Mensen die bij ons in de winkel zijn geweest, kopen sneller een tuinset van een paar duizend euro. Maar de klanten die via bol.com kopen, hadden we anders misschien niet gehad.” Het online succes van Tuinmeubelland en bol.com komt niet aanwaaien. „Je moet erbovenop zitten. Alles moet snel. Dat moet je niet onderschatten als je hieraan begint.”

Wat steek je hiervan op?
- Grote artikelen online verkopen werkt
- Zorg dat je direct kan reageren
- Samenwerking met strategische partners vergroot je afzetmarkt snel, houdt marketingkosten laag en trekt een ander type klanten

Dit artikel kwam tot stand in samenwerking met bol.com

Dit is een wekelijkse uitgave van De Ondernemer
De artikelen worden geschreven door de redactie van De Ondernemer, deels in samenwerking met betalende partners.

MENS = INNOVATIESUCCES

Met ruim 60 procent van de toegevoegde waarde en 70 procent van de werkgelegenheid vormen mkb-bedrijven de ruggengraat van de economie. Toch kunnen ondernemers niet op hun lauweren rusten. Technologische ontwikkelingen als robotisering, 3D-printing, de cloud en internet of things ondermijnen het verdienmodel.

Maximaal profiteren

Ondernemers moeten investeren in deze nieuwe technologieën. Maar kleine bedrijven hebben niet altijd genoeg geld en de medewerkers hebben vaak koudwatervrees. Om het innovatierendement te verhogen moet u openstaan voor nieuwe ideeën en investeren in platte organisatievormen, nieuwe vaardigheden van medewerkers en samenwerkingsvormen met nieuwe partners. Deze ‘zachte kant’ van innovatie draagt 75 procent bij aan het innovatiesucces. Technologische investeringen vormen de ‘harde kant’ en dragen 25 procent bij aan dat succes. Bedrijven die eenzijdig investeren in technologische innovatie hebben een laag innovatierendement en een arbeidsuitstoot van 6 procent. Wie investeert in de zachte en de harde kant, kan maximaal profiteren van de vierde industriële revolutie en realiseert economische groei en een toename van het personeelsbestand van 8 procent. Zij vormen de motor van onze toekomstige welvaart.

HENK VOLBERDA
HOOGLERAAR MANAGEMENT & ONDERNEMINGSBELEID AAN RSM

Meer praktische tips en inspirerende verhalen?
Ga naar **deondernemer.nl**

Maak vaker de balans op

ANNEGIEN BLOKPOEL OVER RENDEMENTSVERBETERING

Wat kunt u doen om het rendement van uw bedrijf te verbeteren?

De vraag hoe je het rendement verbetert hangt natuurlijk af van de sector en van het bedrijfsmodel. Toch is er altijd wel een aantal knoppen waaraan je kunt draaien:

1. In- en uitgaven

Om zicht te hebben op het rendement moet je exact weten hoe je brutolasten zich verhouden tot de omzet. Als je weet hoe dat bij concurrenten in de sector zit, kan je maatregelen nemen, want elke procent stijging van het brutoresultaat heeft een groot effect op het rendement van het bedrijf. Zorg dat je tot in detail weet wat er in en uit gaat.

2. Productiviteit

Het rendement hangt ook samen met de investeringen die je doet. Als je veel geld hebt gestoken in machines en in mensen die zijn opgeleid om ze te bedienen, is het zaak dat die machines niet stilstaan terwijl de kosten doorlopen. Zorg dat je mensen up-to-date geschoold zijn om de productiviteit zo hoog mogelijk te krijgen.

3. Veel of weining klanten

Als je meer klanten hebt, is het vaak moeilijker om efficiënt te werken. Zo is het in de zakelijke dienstverlening bijvoorbeeld efficiënter om klussen voor pakweg vier klanten na een paar maanden af te ronden en aan klussen voor nieuwe klanten te beginnen, dan tien klanten te hebben waarvan sommige veel langer duren. Daar tegenover staat dat je elke keer tijd en geld in marketing moet investeren om nieuwe klanten te trekken. Het is dan ook zaak exact te weten welke klanten wel en niet een bijdrage leveren aan het rendement. En eventueel afscheid te nemen.

4. Eigen salaris

Uiteraard gaat het ook om het rendement op het geïnvesteerde vermogen. Bij groeiende bedrijven is dat lastig te meten omdat al het verdiende geld vaak in het bedrijf wordt gestoken. Ik adviseer daarom altijd om het eigen salaris goed te regelen. Als je jezelf een laag salaris gunt, kun je nooit een buffer opbouwen. Daarnaast moet je ook als bedrijf sparen om de tegenvallers op te vangen.
Sta dus af en toe stil om de balans op te maken. Op sommige momenten is het belangrijk om de interne organisatie aan te passen, bijvoorbeeld door extra mensen aan te nemen.

Annegien Blokpoel is directeur van PerspeXo. Als vaste huisstrateeg begeleidt ze een tiental bedrijven. Eerder schreef ze het boek ‘Maak je bedrijf meer waard’.