

Hibiinfo

http://www

“De bouwmaterialenbranche mag wel wat ‘e-innovatiever’”



Leo van Wijk, Topteam Logistiek

Nationale logistiek profiteert van internationale ambities



Internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen is serious business

“Een groot aantal ondernemers doet het omdat ze vinden dat het hoort, en niet omdat het moet”, aldus Rinnooy Kan



Voldoende aanbod, maar scholing vaak onvoldoende structureel ingezet

Ook duurzaamheid en product- en verwerkingskennis zijn met het oog op de toekomst belangrijke thema's



“De bouwmaterialenbranche mag wel wat ‘e-innovatiever”

“Het is alweer een tijdje geleden, maar tijdens de Hibin Branchedag viel het mij op dat de meeste aanwezigen wel een website hebben of ooit weleens online iets gekocht hebben, maar actief beheeren, zelf bloggen of op een forum publiceren, doen er maar weinig. Ook een Facebook-pagina of Twitter-account is voor velen nog onbekend terrein. En dat terwijl er zoveel kansen liggen voor toeleveranciers in de bouwmaterialenbranche als het gaat om communicatie met klanten via sociale media, maar ook op het gebied van e-business en Customer Relationship Management (CRM). Maar je moet die kansen dan ook wel zien en weten te pakken”, aldus Luuk Roovers, directeur van Vicus eBusiness Solutions bv en co-presentator tijdens de Hibin Branchedag.

Roovers is sinds 2003 met zijn eigen bedrijf druk in de weer om de mogelijkheden van online-'handel', -marketing en sociale media tussen de oren te krijgen van allerlei bedrijven in verschillende sectoren. En dat lukt aardig. “Ondanks de crisis zitten wij in een groeifase”, aldus Roovers. De expertise en kracht van Vicus zitten 'm in het implementeren van geïntegreerde oplossingen op het vlak van e-commerce en CRM. “Daarbij bouwen en integreren wij software en processen tot geoliede verkoopmachines en geven wij

advies en begeleiding op deze terreinen. Referenties zijn er al volop – kijk maar op onze website –, en dat worden er alleen maar meer.”

Snelle ontwikkelingen

Waar allerlei sectoren, en dus ook de bouwmaterialenhandel, mee te maken hebben, zijn de snelle ontwikkelingen op ICT-gebied. Dankzij mobiele telefoons, iPad en sociale media als Hyves, Facebook en Twitter worden niet alleen successen, maar ook fouten sneller verspreid, met al-

le gevolgen van dien, waaronder bijvoorbeeld stijgende faalkosten. Roovers: “Er wordt minder vertrouwd op relaties en meer op prestaties. Waarom meer betalen bij de vaste leverancier als het ergens anders 10% goedkoper kan? Vanaf een zolderkamertje is tegenwoordig lucratieve onlinebusiness te drijven. Daar moeten gevestigde bedrijven op inspelen door mee te gaan met hun tijd en te weten wat er speelt. Niet voor niets hameren wij erop dat onze klanten hun online- en sociale mediazaken goed voor elkaar moeten

E-commercesuccesmodel

Na een grondige inventarisatie (wat is er, wat speelt er?) start het e-commerce-succesmodel van Vicus, bestaande uit de volgende stappen:

1. inrichten basisplatform (software installeren, medewerker leren met het systeem te werken);
2. meer klanten (optimaliseren webwinkel);
3. loyaliteit en winstgevendheid (tevreden klanten zorgen voor meer winst);
4. optimaliseren proces (bijvoorbeeld efficiënter verwerken van facturen en pakbonnen);
5. verbreding scope.

Kijk voor meer informatie op www.vicus.nl.

hebben om klaar te zijn voor de toekomst en – ik chargeer – om nog enige omzet en winst te genereren. Veel ondernemers staan momenteel stil qua omzet en winst.”

E-commercebusinessmodel

De bouwmaterialenbranche mag dan ook wel wat e-innovatiever worden en zijn blikveld verruimen, volgens Roovers. “Het gaat er vaak om: waar begin je? Wij bieden hulp en ondersteuning via ons e-commerce succesbusinessmodel, dat mede tot stand is gekomen door de opgedane ervaringen tijdens de samenwerking met Berenschot. Het heeft zich inmiddels bewezen in het midden- en kleinbedrijf, waarbij bedrijven maximaal rendement uit hun webshopactiviteiten weten te halen. Het model is zowel geschikt voor een business-to-consumer- als een business-to-businessbenadering. Het gaat hier om een vijfphasenmodel en bestaat uit een rende-



mentgedreven aanpak, waarbij het achterliggende idee is dat eerst geld verdiend moet worden voordat je extra stappen gaat zetten. Hiermee onderscheidt deze aanpak zich van andere (meer geldverslindende) aanpakken waar op voorhand veel in wordt geïnvesteerd en wat nooit meer terug wordt verdiend. Wij starten tegen een 'laag' bedrag met een webshop, bou-

wen deze verder uit en investeren op basis van rendement en gemeten prestaties. Groei moet zoveel mogelijk vanuit de ontstane liquiditeit worden gefinancierd. Het is vanzelfsprekend aan de bedrijven in de bouwmaterialenbranche zelf hoe zij hun toekomst willen inrichten, maar niets doen is geen optie.”

Belangrijke stappen uniforme artikelcodering

Het proces om te komen tot een uniforme artikelcodering (UAC), loopt voorspoedig. Nadat voor de zomer al de criteria waren vastgesteld waaraan enerzijds een datapool en anderzijds de uitvoerende partij zou moeten voldoen, hebben zes partijen zich in september aan de werkgroep gepresenteerd. Uit de procedure volgt in november een compleet voorstel aan het bestuur.

Uniforme artikelcodering is al heel lang een wens van vele partijen in de branche en van partijen verder in de kolom. Binnen het Hibin-bestuur heerst unaniem het

idee dat dit proces bij uitstek een taak is van de branchevereniging. Dit initiatief heeft in zich om snel en effectief uit te groeien tot een bouwtoeleveringsbrede standaard. “Het project kan rekenen op een breed draagvlak bij zowel onze leden als onze buitengewone leden”, aldus directeur Peter van Heijgen. “Het gaat om een gecontroleerde uitwisseling van uniforme stambestanden, waarbij bedrijven op een eenvoudige wijze gegevens kunnen up- en downloaden. Kortom, het is niet langer ingewikkeld of extreem kostbaar. Er zijn meer partijen mee bezig. Met onze bran-

chebrede standaard willen we voorkomen dat onze leden en buitengewone leden straks alsnog met verschillende parallele systemen zijn opgescheept. Daarbij nemen wij ook ontwikkelingen als BIM mee. Nu is dus het moment en kunnen we de weg vrijmaken voor verdergaande efficiency, zoals digitale facturering.”

De werkgroep UAC wordt voorgezeten door Gert Smit en bestaat verder, naast Peter van Heijgen, uit vertegenwoordigers van Saint Gobain, CRH, Veris, 4 + en Sakol. Ook de buitengewone leden zijn via hun reguliere overleg met Hibin op het proces aangesloten.