

DÉ WITGOED SPECIALIST: NIEUWE FORMULE MET MEER LEDEN

TEKST: Tim de Vogel FOTOGRAFIE: Henk Merjenburgh

Witgoed specialist, een formule van United Retail, was toe aan een aanpassing voor de toekomst. De focus zal liggen op service en ter ondersteuning daarvan worden op dit moment de winkels voorzien van een nieuw uiterlijk. Ook is het de ambitie om de formule fors uit te breiden door ook zelfstandige monteurs toe te voegen.

Jan van de Wouw, directeur van United Retail, blikt terug op een uiterst succesvol jaar en kijkt vooruit naar een reeks gebeurtenissen die naar zijn overtuiging broodnodig zijn. Verschillende keren tijdens het gesprek zegt hij dan ook 'de klant is leidend', of 'we moeten inspelen op hoe de markt zich ontwikkelt', waarmee hij aangeeft dat zijn organisatie continu in beweging is.

2020

Eerst even een terugblik op het bijzondere jaar 2020. Aanvankelijk zag het er somber uit. Een onbekend virus brak uit en het land ging op slot. Al snel echter verdampte de somberheid. De ondernemers zagen tot hun opluchting de omzetten juist stijgen in plaats van dalen.

Van de Wouw: "We hebben uiteindelijk ons beste jaar ooit gehad. Zelfs terwijl de winkels echt dicht moesten in de laatste twee weken van het jaar - voor ons nota bene in de belangrijkste periode - bleken dit niet de slechtste weken. Het is duidelijk dat onze propositie ook in deze bijzondere periode naadloos aansloot op de behoeften van onze klanten."

Hij doelt hiermee op de propositie die United Retail samen met haar ondernemers zorgvuldig aan het uitbouwen is. Van de Wouw: "Lokale ondernemerschap, een hoogwaardige service en een kwalitatief assortiment. Dit sloot naadloos aan op de situatie van afgelopen jaar. Mensen zijn veel meer thuis, gaan meer verbouwen, opnieuw inrichten... De situatie heeft onze ondernemers geen windeieren gelegd."



Ook in het hoofdkantoor werd flexibel op de nieuwe werkelijkheid ingespeeld. “We hebben gelukkig nauwelijks met het virus te maken gehad”, zegt Van de Wouw. “De eerste keer toen we thuis moesten gaan werken moesten we nog even schakelen, ervoor zorgen dat onze mensen ook thuis goed konden werken. De tweede keer was de omschakeling naadloos en in één dag geregeld. We hadden onze mensen al voorzien van apparatuur en een vergoeding en iedereen kon nu meteen probleemloos thuis werken.”

Hij denkt dat de positieve trend van vorig jaar zich voorlopig zal voortzetten. “Er is veel spaargeld onder de consumenten en gelukkig nog steeds geen grotere werkloosheid.

En we hebben dit jaar weer een aantal grote evenementen die voor de nodige impulsen kunnen gaan zorgen, zoals het EK Voetbal, de Olympische Spelen en Formule 1 waarin Max Verstappen het goed doet.”

‘OOK MONTEURS KUNNEN
ZICH NU AANSLUITEN’

Witgoed Specialist

Ook de herpositionering van de formule Dé Witgoed Specialist moet een bijdrage leveren aan de opgaande trend. Van de Wouw legt uit dat twee jaar geleden de formule Electro World, die eveneens onder United Retail valt, helemaal up-to-date is gemaakt en dat nu Dé Witgoed Specialist aan de beurt is.

“De markt dicteert dat we iets moeten doen, we moeten meer laten zien dat we voor een hoog serviceniveau staan en de uitstraling moet daarbij aansluiten. Daarom hebben we het afgelopen jaar, samen met onze ondernemers, onderzocht welke kant we op willen gaan. Centraal stonden de punten: meer vrijheid voor de ondernemers en nog meer de nadruk op service.”

De vernieuwde formule moet rond juni ‘live’ gaan. Dit betekent dat er nieuwe samenwerkingsovereenkomsten met de ondernemers zijn getekend, een nieuwe uitstraling voor de winkels, de bussen en de kleding voor het personeel is ontwikkeld en dat de website geheel is vernieuwd. In de nieuwe overeenkomsten is meteen ook rekening gehouden met de nieuwe franchise wet.

“We hebben deze exercitie van herpositioneren al eens doorlopen voor Electro World en kunnen op een aantal onderwerpen dus gebruik maken van bestaande draaiboeken. Maar iedere situatie is uniek, dus ook nu weer leveren we maatwerk”, aldus Van de Wouw.

Monteurs

Verder wil de organisatie een grotere nationale dekking bereiken om zo de klantenvraag vanuit heel Nederland beter te kunnen bedienen. Van de Wouw: “Daarom hebben we besloten dat ook zelfstandige monteurs zonder winkel zich bij ons kunnen aansluiten. Zij kunnen dus Dé Witgoed Specialist worden en onder deze vlag gebruik maken van ons service apparaat.

We hebben dit besluit genomen in samenspraak met, en onder goedkeuring van, onze ondernemers. We hebben met hen duidelijke afspraken gemaakt, want zo’n besluit mag natuurlijk niet ten nadele van hen uitpakken. En we doen dit in nauw overleg met onze leveranciers, want ook zij zijn belangrijke partners in het verder ontwikkelen van deze nieuwe service propositie.”

Hij is er van overtuigd dat de integratie van monteurs in de

formule een goede zet is. “We zijn van nature al een zeer servicegerichte organisatie en wij willen dit over heel Nederland kunnen aanbieden. Alles zal in deze nieuwe propositie service uitstralen en prijs zal daarnaast van ondergeschikt belang worden.”

Hij vervolgt: “Er is een stijgende vraag in de markt naar onze service en we kunnen hier momenteel niet altijd aan voldoen. Daarom zijn we op zoek gegaan naar oplossingen en wij zien dit als de nieuwe manier. Het is wel een puzzel waar we ook de leveranciers bij



betrekken. Kort gezegd

komt het erop neer dat als consumenten een defecte machine hebben zij het service niveau moeten kunnen verwachten dat wij

en onze leveranciers willen bieden. We zijn immers allen het beste gediend bij een tevreden klant.

Naast het uitnodigen van zelfstandige monteurs om zich aan te sluiten bij Dé Witgoed Specialist gaan we ook onze opleiding structureel uitbreiden. Een eerste stap hierin is de Witgoedmonteur opleiding bij Techniek Nederland waarbij United een van de drijvende krachten was bij de totstandkoming hiervan.”

Abonnementen

Hij constateert dat de markt sterk in beweging is. Zo zijn er steeds meer consumenten die ervoor kiezen een abonnement op een apparaat te nemen, compleet met een service-contract. “Er is een behoefte in de markt. Deze is nog niet heel groot, maar we zien deze wel groeien en dat andere partijen er ook mee bezig zijn.”

Electro World daarom gaat vanaf eind derde kwartaal dit jaar een abonnementenpropositie op de markt zetten waarin verschillende merken worden aangeboden. “We onderscheiden ons door meerdere merken in combinatie met een uitstekende service vanuit onze bijna zeshonderd monteurs aan te bieden aan onze klanten. Zij zorgen ervoor dat de machines probleemloos draaien tijdens de abonnementsperiode.”

Hij vervolgt: “Op dit moment zijn er al drie merken van de grote aan boord en nu worden er afrondende gesprekken gevoerd met anderen, zodat het eind derde kwartaal ook daadwerkelijk kan worden gestart met een uniek abonnementenaanbod van meerdere merken met een uitstekende service.”

Van de Wouw besluit: “Als je pretendeert klantgericht en servicegericht te zijn, dan ontcom je er in deze tijd niet meer aan ook abonnementen aan te bieden. Er is een behoefte aan en we voorzien dat deze de komende tijd gaat toenemen. Dan kunnen we eigenlijk niet anders dan hierop inspelen.” ■