

Focus gericht op inkoop, logistiek en efficiency

Wij moeten de vakhandel blijvend faciliteren



De afgelopen maanden is de laatste hand gelegd aan de **strategie tot en met 2013**. De missie van Quantore is de **beste groothandel zijn** voor kantoorartikelen ten behoeve van de zelfstandige kantoorvakhandel. Focus ligt daarbij, net als in de afgelopen jaren, op **inkoop en logistiek**. Kantoorvak Trends & Design kreeg een uitgebreide toelichting van Arnold Theuws.

door **Krijn ten Hove**

Maar zo kort als hierboven omschreven is het strategisch plan natuurlijk niet. Het nieuwe plan is een doorvertaling van de plannen voor de periode 2007-2010 en zijn op basis van de huidige marktomstandigheden genuanceerd. In de afgelopen maanden heeft Arnold Theuws de plannen uitgewerkt met zijn management team en de raad van commissarissen. En vervolgens de nieuwe strategie voorgesteld aan de leden die vrijwel unaniem positief gereageerd hebben op de visie van Quantore. Op de Algemene Ledenvergadering van 18 april is het plan formeel gepresenteerd en zal er verder invulling gegeven worden aan de invoering ervan. "Al in 2007 hebben we de strategische keuze gemaakt om ons te richten op inkoop en logistiek, want dat is wat al onze leden van ons verwachten. Daarom hebben we in de afgelopen jaren ook alle zaken afgestoten die daar niet aan bijdroegen."

ONDER DRUK | In het plan is ruim aandacht voor de ontwikkelingen van de markt. Niet alleen qua omzetcantoren

ling maar ook de verschuiving van productsoorten en kanalen. "De traditionele kantoorartikelen staan enorm onder druk met dalingen van twintig tot veertig procent terwijl het belang van EOS en papier toe neemt. Dat hadden we vijf jaar terug niet zo geschat. Daarnaast zien we dat kantoorartikelen steeds vaker als branchevreemd assortiment in andere winkels wordt opgenomen en dat staat nog los van zaken als duurzaamheid, digitalisering, zowel in gebruiksartikelen als verkoopmethode en inkoop via tendertrajecten. Ondanks al deze punten kunnen we stellen dat de traditionele vakhandel in Nederland het op zich wel goed doet, alleen dat we in een dalende markt zitten."

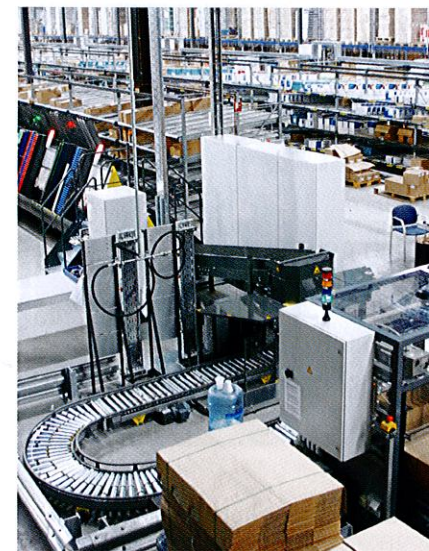
ANALYSE | Een goede beleidsvisie wordt gekenmerkt door een goede analyse van de marktontwikkelingen en de sterktes en zwaktes van de eigen organisatie. Ook Quantore heeft kritisch gekeken naar deze factoren alvorens de plannen voor de komende jaren te schrijven. "Het marktaandeel van Quantore schatten we

in op ongeveer twaalf procent. Dat betekent dat er ruimte is, want het is een hele grote markt, maar dan moet je dingen wel beter en slimmer doen zonder alleen maar kosten aan de keten toe te voegen. We zijn een unieke samenwerking tussen lokale ondernemers, een grote efficiënte vakhandel en de A-merk leveranciers." Het krachtenveld in deze markt verandert wel volgens Theuws. "Het aantal spelers neemt toe: enerzijds

"We moeten toegevoegde waarde bieden."

concurrenten voor ons en daarnaast ontstaan er mogelijke substituten. Vooral

bij onze consument gerichte leden zal dat het geval zijn. Zij verkopen vooral boeken, tijdschriften, kantoorartikelen, wenskaarten en wat gifts. Binnen deze assortimenten zullen vooral de boeken en tijdschriften hard getroffen worden door bijvoorbeeld de I-pads." Theuws ziet de grootste concurrentie dan ook niet in de globals, maar meer in de veranderingen door diezelfde I-pads: "Want die veranderen de markt waardoor mijn leden omzet en dus marge zullen gaan verliezen. En dus afzetmogelijkheden voor kantoorartikelen."



Afzet traditionele kantoorartikelen

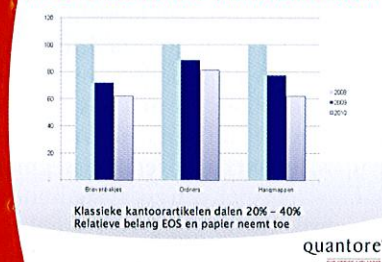
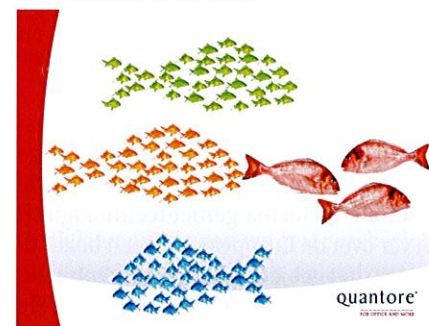


Diagram laat zien dat de afzet in traditionele kantoorartikelen afneemt.



Quantore gelooft in de zelfstandige kantoorvakhandel en heeft zich tot doel gesteld gelijkgestemde vakhandelaren te clusteren om hen op die manier zo optimaal mogelijk te faciliteren.



VOLUME | "Quantore beleverde in het verleden primair de vakhandel, in de afgelopen jaren hebben we gekozen om onze markt te verbreden door ook Bruna en RDC toe te voegen aan ons klantenbestand. Die keuze heeft bijgedragen aan het op peil houden van de benodigde stijging in het aantal orderregels. De kantoorvakhandel is gedaald in het aantal orderregels in de afgelopen jaren, terwijl we bij de nieuwbouw wel **"We moeten blijven groeien."** zaken waar Quantore de zijn uitgegaan van een leden beter wil onderbepaald aantal benodigde regels in 2012. Door de toevoeging van Bruna en RDC kunnen we het benodigde volume per jaar halen. Door die toevoeging, en mogelijk ook andere toevoegingen worden de kosten per eenheid in de keten verlaagd, en dat is in ons aller belang en vooral voor onze leden." De crux van het verhaal is volgens Theuws of men in staat is toch nog een groei te realiseren van

ONDSCHIEDEND VERMOGEN | "Het is een absolute kans om de commerciële slagkracht van de vakhandel te vergroten, en dan met name voor onze geconcentreerde leden. Die leden die het volledige pakket bij ons afnemen. Wij kunnen die leden helpen dankzij ons uitgebreide assortiment, ons logistiek centrum, ons leveranciersnetwerk en de e-commerce oplossingen die wij bieden." Een van de steunen is adviesverkoopsprijzen en margemanagement. We gaan ook onderzoeken of, en zo ja hoe, Quantore de leden kan ondersteunen bij de verkoop aan corporate accounts. "Door onze leden te ondersteunen in dergelijke tendertrajecten kunnen wij hen helpen omzet binnen te halen terwijl de logistieke afhandeling via ons verloopt. Daarnaast willen we ook kijken naar samenwerking binnen ons



die vakhandel en wat doe je met de restcapaciteit want daarmee kunnen de kosten per eenheid verder verlaagd worden. "Want de partij die de laagste kosten per eenheid en de beste service biedt, is in staat om te overleven in deze markt." Aan de hand van de marktontwikkelingen ziet Quantore ook kansen. "Uiteraard is er nog ruimte in het concentreren van afname bij de huidige leden. Daarnaast is er groei mogelijk van het aantal leden." Maar ook de intensivering van de samenwerking met partijen als Bruna, RDC en mogelijke andere partijen kan Quantore helpen groeien. Daarnaast ziet Theuws mogelijkheden het magazijn open te stellen voor andere marktpartijen dan de zelfstandige vakhandel. "De investeringen in onze logistieke systemen zijn gedaan. Hoe meer volume daar doorheen gaat des te rendabeler het wordt. Maar boven al deze kansen staat dat we de efficiency in de huidige Supply chain verder moeten verbeteren. Daar kunnen we het snelste rendement boeken"

internationale verband binnen de BGPI en mogelijk de Duitse markt onderzoeken. Alles om in ieder geval de kosten per eenheid verder omlaag te brengen."

FACILITEREN | Theuws stelt dat groei noodzakelijk is ondanks een dalende markt. "Wij willen groeien bij de zelfstandige kantoorvakhandel door ze blijvend te faciliteren met goede condities en services en daarnaast willen we aansluiting vinden bij succesvolle marketingconcepten." Dat faciliteren zal gebeuren in een structuur waarbij leden en klanten in bepaalde categorieën worden ingeschaald. "Hierdoor zijn we in staat om bij elk type klant de juiste faciliteiten te bieden. Zo zal er een basispakket zijn en zullen we daarboven een gedifferentieerd dienstenpakket ontwikkelen waarmee we onze leden nog verder kunnen ondersteunen en zij zich meer en meer kunnen concentreren op verkoop en relatiebeheer." «