

Dik Pijl, Expert Groep: Online is 'tweede winkeldeur'

22-06-2023 07:18



Verspreid over Nederland zitten 135 Expert winkels. “Allemaal franchisewinkels, we hebben geen eigen winkels. Iedere franchisenemer is verantwoordelijk voor zijn eigen gebied, ook online. Bestellingen binnen het gebied worden door de betreffende ondernemer verwerkt en afgehandeld”, zei Pijl, die tijdens de Nationale DHZ Sessie op het podium werd geïnterviewd door dagvoorzitter Maarten Bouwhuis.

Online winkeldeur

De tweede winkeldeur is een belangrijke en bewuste keuze voor Expert. “Onze franchisenemers zijn bekend in hun werkgebied en kennen veel van hun klanten persoonlijk. Dat zorgde bij consumenten soms voor een gevoel van vreemdgaan als ze online iets wilden bestellen, zelfs bij Expert. Onze franchisenemer in Vroomshoop heeft daarom een bord buiten gezet met daarop de boodschap dat de online inkopen ook bij hem binnen kwamen. Daarna zag hij de online verkoop meteen groeien. De online winkel is net als de fysieke gewoon van de lokale ondernemer.”

Fysiek en online moeten elkaar versterken voor de Expert-franchisenemers. “De basis is en blijft de fysieke winkel, we mikken op gemiddeld vijftien procent online omzet per winkel.”

Binnen twee uur afhandelen

Een online bestelling die binnenkomt moet door de ondernemer binnen twee uur opgepakt worden. Pijl: "Dat is in de regel geen punt omdat iedere ondernemer zijn eigen voorraad heeft. Expert heeft geen DC maar iedere franchisenemer doet zijn eigen inkoop. Iedere winkel is dus zijn eigen DC."

'We mikken op gemiddeld vijftien procent online omzet per winkel'

Voor het geval het bestelde product onverhoopt niet bij de ondernemer op voorraad is, wordt via het hoofdkantoor van Expert een back-up geboden. "De IT-systemen van alle winkels zijn gekoppeld aan die van het hoofdkantoor zodat we de klant meteen kunnen laten weten dat het bestelde product iets later geleverd wordt. Dat geeft de ondernemer de tijd om het alsnog in huis te krijgen en uit te kunnen leveren."

Exclusief eigen gebied

Gekoppeld aan de fysieke winkels hebben de franchisenemers voor de online omzet ook een exclusief eigen gebied. "Daarmee hebben we samen met de 135 Expertwinkels die er nu zijn Nederland behoorlijk afgedekt." Die goede dekking maakt dat er binnen Expert volgens Pijl hooguit voor nog vijf nieuwe winkels ruimte zal zijn. Voor de bestaande witte vlekken in de online verkoop konden franchisenemers die in aangrenzende gebieden werken intekenen.

Op de vraag van Bouwhuis of een shop-in-shopvariant in bijvoorbeeld een grote bouwmarkt nog een optie voor nieuwe winkels kan zijn, antwoordde Pijl positief. "Daarover zijn in het verleden al eerder gesprekken gevoerd, dus het kan zeker een optie zijn. Maar wel alleen als satellietvestiging van een bestaande Expertwinkel."

Bewuste keuze gemaakt

Gevraagd naar de reden waarom Expert de opkomst van de pure players wel heeft overleefd en andere ketens niet antwoordde Pijl resoluut: "In tegenstelling tot bijvoorbeeld bcc hebben wij wel een bewuste keuze gemaakt. Wij willen een hoog serviceniveau bieden en dat kost geld. Dat maakt je wel wat duurder, maar klanten weten precies waar ze op kunnen rekenen. Die duidelijke keuze hebben anderen niet gemaakt."

De afgelopen jaren is Expert flink verjongd. Pijl: "Lag de gemiddelde leeftijd van de ondernemers jaren geleden boven de 60 jaar, nu is dat 46 jaar. Klanten die onze winkels bezoeken zijn 35 jaar en ouder en de onlineklanten jonger. Dat is een mooie ontwikkeling, want een belangrijke ambitie is om de winkels verkoopklaar te maken. Dat betekent dat alles goed geregeld en georganiseerd moet zijn. Niet door te veranderen, maar door samen beter te worden."

Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook:

- [Neuromarketeer Tim Zuidgeest](#)
- [Retail-operations-expert Robert Rooderkerk](#)
- [Voormalig Home-Depot-topman Jim Inglis](#)
- [Jongeren-kenner Carmen van de Beek](#)