



Wim Bak  
Marketingdeskundige  
Merkvast

# Koffie, klant, klus

**Onlangs las ik de highlights van een onderzoek naar het online bestelgedrag van installateurs. Wat blijkt: 50% van alle bestellingen werden in 2019 online gedaan. Het aandeel fysiek klantcontact neemt daardoor af. Nog steeds wordt 77% van de installatiematerialen bij gespecialiseerde groothandels besteld. Dat betekende overigens wel een terugloop van 5% (share of wallet) in de afgelopen 2 jaar.**

Fysiek klantcontact binnen de technische groothandel neemt dus af. Dat betekent dat er nieuwe wegen gevonden moeten worden om waardevolle klantinformatie te krijgen én om nieuwe producten en diensten onder de aandacht te brengen. Binnen de bouwgroothandel hoor ik soms andere geluiden. Het aandeel afhaalomzet door zzp'ers en kleine aannemers stijgt eerder dan dat het daalt. Wellicht omdat deze groep binnen de bouwkolom het laatste decennium sterk is gegroeid. Of omdat het aandeel renovatie en onderhoud versus nieuwbouw is gestegen. Afgelopen jaren nam de koffiecorner bij nieuwe vestigingen van groothandels als Mastermate, BMN, Raab Karcher en Bouwmaat een steeds prominenter plek in.

Een stukadoorscollectief uit Emmen vertelde me dat de koffiehoek van zijn groothandel een belangrijke rol in

zijn dagelijkse planning speelt. "Iedere morgen doen we daar een bak koffie, bespreken we het werk van de dag en kopen we onze materialen."

Natuurlijk stijgt ook het aandeel online omzet binnen de bouwgroothandel. Omnichannel-benadering van je klantgroep is daarom een must: online, offline, afhalen en bezorgen. Toch denk ik dat de fysieke functie van de bouwgroothandel nog steeds enorm belangrijk blijft. Dan moet je wel meer willen zijn dan een pakhuis met een kassa. Vakkundig personeel, een uitgekiend assortiment, een bereikbare locatie én de juiste beleving zijn sleutelfactoren. 'De vent is de tent' en 'geen betere raad dan voorraad' zijn uitspraken die zéker voor de bouwgroothandel gelden, zo blijkt uit onderzoek naar keuze-criteria van klanten.

Afhalers in je winkel levert waardevol direct klantcontact op. Dan zijn drie afhaal-K's van belang: koffie, klant en klus. Waarbij de eerste staat voor een gastvrije benadering van de afhaalklant. De fysieke groothandel is daarmee een soort huiskamer van de bouw geworden. Een omgeving met kundig en klantvriendelijk personeel. Afhaalklanten zijn zzp'ers en kleine(re) aannemers. Ze komen uit de regio, hebben behoefte aan contact en bespreken klussen met elkaar en met hun leverancier. Dat levert een schat aan informatie op: smart data. Deze keer niet uit spreadsheets, maar direct uit de mond van je klant. ■