

Bakker Hillegom maakt sprong naar het web

13-07-2015 08:14

Nu Bakker Hillegom steeds meer verlies draait denkt het tuinpostorderbedrijf na over aanpassingen. De organisatie maakt met een miljoeneninvestering de overstap naar het web en een jongere doelgroep. Dat laat ceo Paul Geraeds weten in Het Financieele Dagblad.

De marktpositie van de verkoper van bloemen, planten, zaden en tuinartikelen zoals barbecues en decoratie staat onder druk. De omzet krimpt al vijf jaar, terwijl 2014 werd afgesloten met een verlies van 1,1 miljoen euro. Bijna negentig procent van de omzet van 128 miljoen euro wordt nog verkocht via de catalogus. Een enorm hoog percentage in een snel veranderende wereld die steeds meer op webshops leunt, stelt het dagblad.

Er is met hulp van strategisch adviesbureau OC&C een driejarenplan opgesteld. Geraeds moet Bakker 'ecommerce-proof' maken door verbetering van de logistieke operatie, het ontwikkelen van e-commerce en versimpelen van de dagelijkse processen waardoor Bakker sneller kan gaan leveren. De brochure dient voortaan als inspiratiebron en zal minder vaak verschijnen.

Bakker heeft tevens een SAP-systeem aangeschaft en werkt aan een nieuwe website die eind dit jaar live gaat. Het bedrijf is verder een proef begonnen bij bol.com en Amazon om het bereik te vergroten.

De huidige klant van Bakker is gemiddeld 65 jaar en die leeftijd moet omlaag, zegt Geraeds. Hij denkt de jongere doelgroep te kunnen bereiken met de verkoop van complete kruidentuinen of bloemenborders. "Met het zelf kweken van muntthee. We gaan ook meer planten in potten verkopen en meer instructievideo's aanbieden."