

Zo steeg Lampdirects servicegraad naar bijna honderd procent

16-01-2018 13:10



Branded content

Wie: Lampdirect

Doel: leveren binnen 24 uur in 14 landen

Hoe: implementatie voorraadoptimalisatiesoftware

Resultaat: stijging servicegraad van 87 naar 99,8 procent

Bram van der Linden aarzelde niet lang toen hij acht jaar geleden stage liep bij een Brabantse verlichtingsgroothandel. Het bedrijf, opgericht door twee heren van middelbare leeftijd, deed op dat moment helemaal niets online. "Er lag alleen een businessplan van één A4'tje. Ik kon beide heren ervan overtuigen dat ik de juiste man ben om aan dat businessplan verder invulling te geven. Vervolgens brachten we onder de naam Lampdirect in snel tempo de volledige groothandel online."

Motivatie

Van der Linden was op dat moment nog geen 21 jaar. "Dat is de juiste leeftijd", stelt de ambitieuze ondernemer. "Als je in deze tijd iets online wilt beginnen, lukt dat niet meer zonder intensief gebruik te maken van social media. En wie weten daarvan het meeste af? Jongeren tussen de 16 en 21 jaar. Een app als Snapchat wordt nauwelijks gebruikt door mensen boven de 25. Zij hebben gewoon minder affiniteit met dit soort apps – zelfs als ze er elke dag gebruik van maken. De intrinsieke motivatie ontbreekt om daadwerkelijk te snappen hoe ze kunnen worden ingezet. Met andere woorden, dan lukt het nooit om een nieuwe business

op te bouwen die ook over twintig jaar nog bestaat. Voor jongeren is dat veel eenvoudiger.”

Lampdirect heeft een assortiment met twintigduizend artikelen, variërend van lichtbronnen en armaturen tot complete ledsystemen, inclusief sensortechnologie. De focus ligt op zakelijke eindgebruikers die één kapotte lamp moeten vervangen of complete energiezuinige verlichtingssystemen willen installeren. En alles wat daartussen zit. Daarom varieert de ordergrootte van tien euro tot 250 duizend euro.

“Naast een mooie omzet is onze hoofddoelstelling: onze klanten helpen energie te besparen. Besparen op verlichting levert maar liefst dertig procent op, het meest van alle maatregelen om stroomverbruik te reduceren. Advies geven we in de vorm van content, maar ook met slimme tools die een vergelijking maken tussen conventionele lampen en ledlampen. Ook volgen we het gedrag van klanten op onze website, zodat wij ze met een gericht besparingsadvies kunnen bellen. Dat werkt”, stelt Van der Linden. Binnen een jaar na de start was de online omzet hoger dan die van de oorspronkelijke verlichtingsgroothandel, die nog steeds actief is. “De groothandel doet alleen nog opdrachten op projectbasis. Deze zijn niet online af te handelen, daarvoor moet je met klanten om tafel zitten. Alle andere orders komen uitsluitend via internet binnen. Wij verkopen niet meer, zoals vroeger, lampen per telefoon”, aldus Van der Linden.

Over de grens

Sinds de start in 2009 is Lampdirect hard gegroeid. Voor de operatie die Van der Linden in zijn eentje is gestart, heeft het bedrijf nu honderd man in dienst. Omdat de voorraad ook snel groeide, moest die drie keer worden verhuisd. Het huidige magazijn in Son en Breugel is ook alweer drie keer uitgebreid en meet nu vijfduizend vierkante meter. Hiervandaan worden niet alleen klanten uit Nederland, maar ook uit dertien andere landen in Centraal- en West-Europa bediend. “Eigenlijk begonnen we meteen na de start in 2008 al met internationaliseren. Binnen zes maanden waren we al in tien landen actief”, vertelt Van der Linden.

Internationalisering is in dit marktsegment noodzakelijk en levert de schaalgrootte op die nodig is om te overleven. “Hoe meer landen, hoe groter het volume en hoe groter de inkoopkracht”, legt Van der Linden uit. “Bovendien geldt: hoe groter het aantal pakketten, hoe lager de verzendkosten. En als het volume voor een land groot genoeg is, kunnen we die pakketten met een vrachtauto direct aanleveren bij een pakketvervoerder in bijvoorbeeld Frankrijk. Dat biedt de mogelijkheid om tegen lokale tarieven toch binnen 24 uur in heel Frankrijk te verzenden.”

Out-of-stocks

Of de klanten nu uit Nederland, Frankrijk, Polen of Italië komen, er telt maar één streven: een zo hoog mogelijke servicegraad, waaronder levertijden binnen 24 uur. Toch lukte dit tot voor kort lang niet altijd. “We kwamen tot de conclusie dat we verdere stappen op het gebied van voorraadbeheer moesten zetten. Door het aantal out-of-stocks te verlagen, kunnen we voor een groter deel van ons assortiment een levertijd van een dag beloven”, vertelt Van der Linden.

Hiervoor zet Lampdirect Slim4 in: het voorraadoptimalisatiesysteem van Slimstock. “Ons assortiment van twintigduizend artikelen was handmatig niet langer te managen. Daardoor waren we gedwongen om per productgroep met gemiddelden te werken, maar zo zit de werkelijkheid niet in elkaar. Onze klanten bestellen nu eenmaal niet evenveel tl-buizen van 55 als van 85 centimeter. Slim4 berekent nu voor elk individueel artikel het beste voorraadniveau. Daardoor is de servicegraad van snellopers gestegen van 87 naar 99,8 procent – zonder extra op voorraad te hoeven leggen. Nu we veel meer orders uit voorraad leveren, daalt het aantal backorders en stijgt de klanttevredenheid.”

Slim met tijd

Sinds de introductie van Slim4 in april 2017 – na slechts drie maanden implementeren – is de incurante

voorraad gehalveerd. "Het systeem signaleert nu veel eerder dat de vraag naar een artikel afneemt. Dat geeft ons de tijd om bijvoorbeeld een promotie te starten, zodat we niet met voorraad blijven zitten", stelt Van der Linden. Bijkomend voordeel is dat Slim4 tijd bespaart, omdat er voor een groot deel van het assortiment automatische inkooporders worden gegenereerd. "Dit proces kost nu tachtig procent minder tijd, schat ik. Die tijd kunnen onze inkopers nu besteden aan onderhandelingen met leveranciers en het zo soepel mogelijk laten verlopen van de inkoopstroom."

Lampdirect focust alleen op de zakelijke eindgebruikers uit het midden- en kleinbedrijf, maar inmiddels weten ook anderen de webshop te vinden. Daaronder bevinden zich vrij veel consumenten. "Een mooie bijvangst", stelt Van der Linden, die echter niet in de verleiding komt om meer op de consumentenmarkt te mikken. "Dat is een heel andere doelgroep met heel andere beweegredenen. Zakelijke eindgebruikers zoeken verlichting waarmee ze het energieverbruik kunnen verlagen en de productiviteit vergroten. Consumenten zijn vooral geïnteresseerd in sfeerverlichting. Dat vraagt om een andere aanpak en een totaal andere webshop."

Bron: [RetailTrends 10](#)

Marcel te Lindert