

# Fixami: internationale groei met focus op schaalbaarheid

03-03-2022 14:10



## *Branded content*

Groei kan uit lengte of breedte komen. In e-commerce land groei je door je footprint te vergroten, assortiment verder uit te breiden of de conversie te verbeteren. Dat weet Fixami, hier ook wel bekend als Gereedschapcentrum.nl, als geen ander.

Corona leverde een boost aan e-commerce waarmee Fixami nog harder groeide. Het bedrijf behoort in Nederland tot de snelst groeiende webwinkels. "We schalen in rap tempo op en werken aan een nieuwe webomgeving waarin keuzehulp en personalisatie een steeds grotere rol opeisen", zegt Bram Bos, cto bij Fixami. "Een gave uitdaging waarmee je eigenlijk nooit echt klaar bent; het kan altijd beter. Een goede adviseur en sparringpartner bij deze complexe materie waardoor druk op onze organisatie wordt weggenomen is veel waard."

Gereedschap voor zowel de handige klusser als professional wordt steeds vaker online aangeschaft. Fixami is voor beide doelgroepen een snoepwinkel. Om klanten snel en goed door het assortiment te leiden, moet je dan wel begrijpen wat etaleren en informeren betekent. En wat uitdagingen en valkuilen in internationale groei in e-commerce zijn.

## **Flexibel en schaalbaar**

Fixami biedt meer dan 100 duizend producten aan in een webshop die in meerdere talen beschikbaar is. Die complexiteit, gecombineerd met sterke groeiambities en de focus op conversie, vereist dat moet worden nagedacht over schaalbaarheid en flexibiliteit. Daar komt het vaak op techniek aan.

Het bedrijf kiest voor samenwerking met partners die expertise toevoegen. Voor conversie-optimalisatie is dat softwareontwikkelaar Tweakwise, die de zoekfunctionaliteit en de navigatie onsite overneemt en optimaliseert. "Slimme SaaS-oplossingen maken dat klanten flexibel en schaalbaar kunnen groeien. Zo'n keuze is technisch gezien slim en effectief, maar ook efficiënt vanuit kostenperspectief", zegt Mark Veldkamp van Tweakwise.

"Internationale groei in e-commerce levert uitdagingen op", zegt Bos. "Uitdagingen die draaien om schaalbaarheid, innovatie en flexibiliteit." Bos heeft zich altijd bewogen in de wereld van e-commerce. Ondernemen op het snijvlak van business en techniek intrigeert hem in hoge mate. "We zijn in een paar jaar tijd enorm gegroeid. Wat begon op een zolderkamer met verkoop van tweedehands gereedschap, is uitgegroeid tot een miljoenenbedrijf."

Inmiddels is Fixami niet alleen in Nederland, maar ook in België, Frankrijk, Spanje, Italië, Duitsland en Oostenrijk actief. Zonder fysieke winkels, zonder tussenkomst van de mens. "We hebben naast onze fysieke showroom ook een digitale showroom en in die etalage verleiden we online. Dat doen we vanuit de wetenschap dat het daar meteen goed moet gebeuren."

## **Conversie is het sleutelwoord**

Om de Europese footprint te vergroten kiest Fixami voor productuitbreiding, verdere optimalisatie van de performancemarketing en toevoeging van meer saleskanalen via onder meer eigen webshops in nieuwe landen of het aansluiten van nieuwe marketplaces. "Conversie geldt bij dit alles als het sleutelwoord voor succes", zegt Bos. "Ongeacht het kanaal dat je kiest: de juiste content is cruciaal."

Communicatie moet al bij de eerste oogopslag vertrouwen en expertise uitstralen, vervolgt hij. "De juiste snaar raken bij de klant. Goede informatie, ook over de prijs, vergroot de kans dat potentiële klanten naar onze site doorklikken. Op die plek vinden ze vervolgens alle relevante content over het product waarin ze geïnteresseerd zijn."

Content gaat volgens Bos niet alleen over prijs en kwaliteit, maar ook over specificaties op bijvoorbeeld het gebied van veiligheid, gewicht van het product en vermogen. Ook handleidingen en handige tips voor gebruik zijn daar beschikbaar. "Het leidt ertoe dat zowel de doe-het-zelver als de ervaren vakman tijdens het bezoek aan de webwinkel in een paar klikken op die informatie stuit die relevant is."

Veel producten en nog meer informatie dus, afgestemd op de individuele klant. "Precies op dat punt, productinformatiemanagement, ligt onze grootste uitdaging: hoe richt je dat proces goed en zo efficiënt mogelijk in? Op deze schaal draait het om tooling, optimale filtering. Tweakwise helpt ons hierin met techniek gericht op conversie-optimalisatie en personalisatie."

## **Internationale ambities**

Deze materie is complex en technische ontwikkelingen op dit vlak gaan zo razendsnel, dat Fixami zich de vraag heeft gesteld of het dat in eigen huis zou moeten ontwikkelen en onderhouden. "Het antwoord was nee."

We zijn van mening dat onze partner daar beter in is, door continue focus en een concrete roadmap met verbeteringen. Het neemt ons zorgen uit handen en leidt ertoe dat onze eigen development teams in staat zijn sneller te schakelen op ontwikkelingen in de markt waarmee we onderscheidend vermogen kunnen creëren.”

Voor beheer van productinformatie maakt Fixami gebruik van een PIM-systeem, (Product Informatie Management). “Onmisbaar wanneer je internationale groeiambities hebt”, aldus Bos. “Het systeem vormt dé datapoule waarin we voor alle landen en doelgroepen relevante informatie over producten kunnen opslaan. Het systeem van personalisatie maakt assortiment schaalbaar doordat de juiste specificaties via filteropties meteen voor de klant beschikbaar komen. Relevante filteropties die per land en mogelijk in de nabije toekomst zelfs per klant kunnen verschillen.”

En de onlangs toegevoegde categorie verf? “Ook voor die producten voorziet het systeem onze klanten straks van alle relevante data. Wat ze maar willen weten dus. Over toepassing, glansgraad, buitenduurzaamheid, de juiste ondergrond en de schrobvastheidsklasse van de verf. Wij kunnen die content via alle kanalen waar we verkopen met onze klanten delen.”

Sandra van Maanen