

Hoe Onlineverf.nl zorgt voor omnichannel succes

11-07-2022 09:00



Sinds 2012 kleurt [Onlineverf.nl](https://www.onlineverf.nl) de wereld! Vanuit het familiebedrijf, dat gegroeid is tot online verfgigant, timmert Jan-Willem Harmsen flink aan de weg. De fysieke en online winkel versterken elkaar iedere dag meer.

“Een verfwinkel en schildersbedrijf onder één dak, dat is al jaren het familiebedrijf van mijn ouders. Midden in het centrum van Hengelo (Gelderland).” vertelt Jan-Willem. “Maar de ambitie om online ‘iets’ te proberen was in 2011 sterk aanwezig. De fysieke winkel liep destijds goed, dat hebben we online uitgebreid. Met slechts één andere partij die destijds online verf verkocht voelde het opzetten van een webshop wel een beetje als een sprong in het diepe. Maar het werkte!”

Groeien, groeien en nog eens groeien

Het eerste jaren groeide de shop zo snel, dat de werkplaats van het schildersbedrijf erbij in gebruik genomen werd. De webshoporders konden eerst gemakkelijk verwerkt worden naast de werkzaamheden in de fysieke winkel, maar dat was van korte duur. Binnen no time waren de orderaantallen zo hoog dat er een nieuwe locatie gezocht moest worden. Ruim een jaar geleden is de logistiek achter de webshop verhuisd naar een nieuwbouwpand op steenworp afstand. De fysieke winkel is nog steeds op de oude locatie te vinden. Deze winkel was begin 2020 de eerste aangesloten vestiging van de franchiseformule.

“Ons warehouse management- en voorraadsysteem is inmiddels goed op orde. Onze orders worden bijvoorbeeld papierloos en razendsnel verwerkt, zodat de klant snel kan starten met de verflklus. Het werkt super efficiënt. Orderpickers hebben alle gegevens digitaal en kunnen veel sneller werken. Dit onder andere omdat het systeem de meest ideale route door het magazijn berekent. Zo kunnen we met dezelfde mensen meer bestellingen afhandelen en is de kans op fouten geminimaliseerd.”

De start van een franchiseformule

In 2019 merkte Jan-Willem op dat de traffic naar de fysieke winkel in Hengelo enorm was toegenomen. Niet

alleen klanten uit de regio, maar ook daarbuiten wisten de weg naar de winkel te vinden. Al snel werd er gekeken naar mogelijkheden voor andere locaties in de verstedelijkte gebieden en zijn er compagnons ingestapt met veel ervaring in de franchise wereld. Zo is het plan voor een franchiseformule geboren.

“Op dit moment is ons model uniek in Nederland. Onze formule bestaat op dit moment uit 15 enthousiaste ondernemers verspreid door heel Nederland en een extra eigen vestiging middenin Utrecht. We kunnen op deze manier onze belangrijkste doelgroepen voorzien van de beste service en producten. Wil je goed advies en de producten direct meenemen? Dan ga je naar een fysieke winkel. Wil je snel online en voor een scherpe prijs bestellen? Dan bestel je het via de webshop.

Door het aansluiten van fysieke winkels breiden we de service nog verder uit voor de klant. We zijn veel beter bereikbaar, beantwoorden vragen sneller en een klacht is sneller opgelost. Dit lukt nooit zonder fysieke winkels in de regio. Je ziet dan goed dat fysieke retail en e-commerce hand in hand samen gaan.”

Win-win situatie

Andersom zorgt de webshop voor veel extra traffic in de winkels. “Klanten kunnen hun pakketje laten afleveren in de fysieke winkel, waardoor de ondernemer de klant voorziet van uitleg voor de verwerking van het product. Verder is dit een mooie kans voor een upsell: de klant neemt vaak nog wat gereedschappen mee dat nodig is voor de klus. Kortom, deze samenwerking zorgt voor een win-win situatie tussen de winkels en de webshop.

Daarnaast zorgt het ook voor veel positieve geluiden bij de leveranciers, zij werken dan ook met veel plezier mee aan onze plannen. Uiteindelijk heb je met deze formule vier winnaars:

1. De klant; zowel online als offline winkelen, het kan allebei bij Onlineverf.nl.
2. De winkel; er is meer traffic naar de fysieke winkel en de ondernemer is aangesloten bij de grootste verf webshop van Nederland.
3. De webshop; er is lokaal meer zichtbaarheid en vertrouwen van de consument door de samenwerking met de fysieke winkels.
4. De leverancier; door de samenwerking groeien de fysieke winkels harder in omzet dan de markt.

We geven de winkel tools voor de juiste branding en organiseren elk jaar een speciale Onlineverf.nl dag. Onze collega's op de weg bezoeken de winkels om met allerlei zaken te helpen. Van vormgeving tot financiële vraagstukken. De webshop heeft de fysieke retail nodig en de fysieke retail heeft de webshop nodig voor een mooie stabiele toekomst. Daarom pakken we deze clicks en bricks uitdaging samen op met alle collega's in het hele land!”

De volgende stap in e-commerce

Om de ervaring voor klanten en franchisenemers te verbeteren ging Onlineverf.nl aan de slag met replatforming. “We hebben samen met digitaal bureau [De Nieuwe Zaak](#) een nieuwe, betrouwbare en snelle webshop op het [BigCommerce](#) platform gebouwd. De vorige shop was compleet maatwerk, waardoor we vooral bezig waren met bug fixing in plaats van te focussen op onze groeiambitie.”

Deze webshop heeft unieke features. Zoals een nauwkeurige kleurwaaier, inclusief visualisatie op kozijnen en muren. “Dit is een mooie feature die onze klanten helpt om online de beste kleur te kiezen. Natuurlijk kan dit ook in de fysieke servicepunten, daar kun je altijd naar binnen lopen om de kleur of product in het echt te bekijken.” licht Jan-Willem toe.

“Het voordeel van BigCommerce is dat een shop snel online staat. De basis is vlug gerealiseerd, dus je hebt meer tijd om de ‘nice to have’ features te ontwikkelen. Dit doe je in BigCommerce bijvoorbeeld met apps. Zoals

een pricing model, waarin je kunt zien welke prijs je concurrent hanteert. Of een bijzondere sorteerfunctie. Met deze apps voeg je met één druk op de knop nieuwe functies toe aan je webshop. Ook de storefront pas je gemakkelijk aan.

Al met al is BigCommerce een stevig, stabiel platform. Het werkt ook perfect op mobiel, zonder rare verspringingen. Dit geeft rust. Zo zie je dat maatwerk toch beperkt in de groei."

Flitsbezorging met kleur

Met de nieuwe locatie en webshop op zak richt Jan-Willem zijn blik op de toekomst. "We hebben de basis opnieuw en heel sterk neergezet. Nu kunnen we verder gaan optimaliseren. We willen dit jaar 20 vestigingen in Nederland realiseren, om zo steeds dichterbij de klant te komen. Daarnaast staan er een aantal nieuwe features op het digitale programma om de aansluiting naar de fysieke winkels nog verder te optimaliseren.

Ook bezorgen we straks verf met spoed! We gaan binnenkort een pilot in Utrecht hiervoor draaien. Nu besteld is binnen twee uur met de bakfiets bezorgd, voor zowel de consument als de vakman. De order gaat door naar de winkel, waar het kassasysteem is gekoppeld aan de webshop. De winkel maakt de bestelling klaar en de bezorger kan met de bakfiets op pad. Als dit succesvol is, rollen we dat uit naar andere steden. Utrecht is een mooie proeftuin om nieuwe mogelijkheden te ontdekken. Zo laten we ook zien aan de franchisers: dit werkt. Al met al hebben we veel gave dingen in petto. Ik heb er zin in!"