Replatforming: dit zijn de belangrijkste lessen van Heutink

19-12-2022 09:00



Sinds de oprichting in 1911 heeft Heutink zich ontwikkeld tot een internationaal distributie- en productiebedrijf van onderwijsbenodigdheden voor basisscholen, middelbare scholen en kinderopvang. Daarnaast biedt Heutink voor Thuis ontwikkelingsproducten voor kinderen aan, puur gericht op de consument. De missie van Heutink: iedereen die bijdraagt aan de ontwikkeling en opvoeding van kinderen helpen, informeren en inspireren.

Ambities verwezenlijken

De webshop heeft sinds 2000 naar behoren gefunctioneerd. E-commerce manager Tjibbe van Doorn vertelt: "Vanuit het perspectief van onze core business was het herformuleren van onze commerce helemaal niet zo nodig. Ook vanuit een groeiperspectief op korte termijn was replatforming niet nodig." Waarom dan toch migreren? Tjibbe: "Als je blijft doen wat je altijd hebt gedaan, verandert er niets. De wereld verandert, de markt verandert, de behoefte van onze klanten verandert en Heutink verandert. Rond 2014 hebben we ons meer gericht op onze andere producten en diensten. We voegden meer doelgroepen toe. Het ging niet meer alleen om schoolspullen. Deze veranderingen resulteren in andere eisen aan ons e-commerce platform."

Heutink wil groeien. Klanttevredenheid verbeteren. En nog meer scholen, ouders en kinderen helpen in hun ontwikkeling. Om dit te realiseren werd er kritisch gekeken naar het huidige commerce platform. De conclusie: dat platform was niet geschikt voor deze ambities.

De volgende stap in B2B commerce

Tjibbe legt uit dat het nieuwe e-commerce platform meer moest zijn dan een tool voor het invoeren van bestellingen. Het nieuwe platform moet het mogelijk maken om klanten te informeren, inspireren en adviseren om de volle potentie te laten zien van wat Heutink te bieden heeft. “Het nieuwe platform moet

toekomstbestendig zijn en ons helpen met onze ambities. De behoeften van onze klanten zijn ontzettend divers en specifiek. Veel opvangcentra en scholen zijn onderdeel van een overkoepelende stichting. De medewerkers binnen die stichting moeten vaak namens verschillende vestigingen inloggen, administratieve handelingen uitvoeren en inkopen. Dit accountbeheer op de juiste manier inrichten is erg complex.”

Maar, de grootste uitdaging voor het e-commerce platform is het jaarlijkse hoogseizoen, vlak voor de zomervakantie. Basisscholen bestellen hun schoolbenodigdheden voor het nieuwe schooljaar vrijwel allemaal tegelijkertijd. Dit resulteert in meer dan 150 orders en 5.000+ orderregels per uur.

De keuze is reuze
Hoe kies je een nieuw commerce platform dat bij je ambities past? Tjibbe: “Het begon met het maken van een lijst van eisen voor een nieuw commerce platform. Voor Heutink was dit een uitgebreide lijst met 60 tot 70 items, variërend van technische eisen tot praktische functionaliteiten. Goedkeuringsstromen zijn belangrijk voor onze klanten. Evenals de visie op e-commerce vanuit het perspectief van de leverancier van het e-commerce platform. Voor Heutink is een modulair ontwerp belangrijk. Het platform moet een e-commerce held zijn. Content management en marketing tools waren minder belangrijk omdat we voor deze functionaliteit andere tools gebruiken. Deze tools moeten echter wel gemakkelijk integreren met het platform."

Met dit in het achterhoofd koos Heutink als eerst voor een nieuw commerce platform. Dat werd Intershop. Tjibbe: “Toen we besloten dat het Intershop Commerce Platform de juiste oplossing was voor onze behoeften, zijn we op zoek gegaan naar een implementatiepartner. De keuze voor De Nieuwe Zaak was logisch omdat we al eerder met hen hadden samengewerkt en hen kennen als een sterke partner."

Klaar voor de start, af!
"Toen we het project wilden opstarten in 2020 kwam natuurlijk COVID. Toch besloten we te starten. Een groot deel van de analysefase en het eerste deel van de realisatiefase hebben we volledig op afstand gedaan. Alle meetings met De Nieuwe Zaak hebben we online gevoerd. Achteraf gezien heeft dit misschien wel bijgedragen aan de succesvolle migratie. De online meetings waren super effectief, en sommige minder dominante mensen konden nu hun zegje doen - meer dan in groepsvergaderingen." Heutink koos voor een agile projectaanpak - een eis van De Nieuwe Zaak. "Dat is de beste manier om je commerce-oplossing te replatformen, omdat je niet voor 100 procent weet wat het resultaat wordt.

Replatforming uitdagingen
Vlak voor het hoogseizoen ging Heutink.nl live. Deze shop is gericht op de Nederlandse markt voor doelgroepen in het primair, voortgezet en hoger onderwijs en kinderopvang. Simpel gezegd: falen was geen optie. Zoals bij elk groot project stonden Heutink en De Nieuwe Zaak voor verschillende uitdagingen. "Performance was er één van - en performance is een grote uitdaging als het hoogseizoen eraan komt. Intershop hielp om het performance probleem op tijd op te lossen. De soft launch was in oktober 2021, toen we samen met De Nieuwe Zaak onze belangrijkste klanten door de migratie begeleiden. De big bang was in februari 2022. Wat voor ons spannend was, was dat we voor de livegang voor een aanzienlijk deel afhankelijk waren van De Nieuwe Zaak. Nu kan ik zeggen dat we vertrouwen in hen kunnen hebben. Onze pijn was hun pijn; zij hebben alles gegeven om het tot een succes te maken."

Een andere uitdaging was verandermanagement, zowel in de organisatie als voor klanten. Tjibbe benadrukt het belang van het selecteren van belangrijke gebruikers: "Zij kunnen de ambassadeurs zijn van het nieuwe platform. Zorg ook voor inbedding van e-commerce in de organisatie. Bij Heutink hebben we de afdelingen marketing, sales en IT erbij betrokken. E-commerce ondersteunt ook de verkoopafdeling om tijd te besparen omdat klanten zelf informatie kunnen vinden in de selfservice portal."

Verdere optimalisatie
Nu de vernieuwde shop live is, is het tijd voor optimalisatie Tjibbe: “De eerstvolgende stap is het verbeteren van de gebruikerservaring op het platform door het zoeken en de navigatie op de site te personaliseren. Hiervoor wordt Sparque geïmplementeerd. Ook kijken we naar de belangrijkste lessen uit het afgelopen hoogseizoen en welke nieuwe features de gebruikerservaring nog verder kunnen verbeteren. Ik heb er zin in!”