



# In gesprek met de klant. Letterlijk.

**Tijdens [BB] bezochten de deelnemers ook drie minisessies. Daar konden ze in gesprek met Eltjo Petersen van Van Wijnen, met Eric Leijten van Logchies Renovatie en Onderhoud en met drie ZZP'ers. Samenwerken, faalkosten, kennis en advies waren de kernthema's.**

In de sessie met Eltjo Petersen ging het over kleur bekennen, kennis delen en transparant samenwerken. Van Wijnen is dé grootste woningbouwer van Nederland. Eltjo Petersen is er inkoper, hij noemt zichzelf graag inkoper 3.0 en liever nog 'duurzaam samenwerker'. Petersen nodigde de congresdeelnemers uit om samen constructief na te denken hoe je in de keten beter kunt samenwerken in een veranderende markt.

## Kleur bekennen

"Beken maar eens kleur. Kies voor continuïteit, in plaats van met vier bruiden te trouwen", spoort hij de bouwgroothandel aan. "Bij Van Wijnen hebben we daar wel voor gekozen. Werken met één leverancier, dat levert nog geld op ook."

Petersen ziet leveranciers liefst aan het begin van de bouw langskomen met de vraag: wat wil je dat ik doe?

"Dus deel je kennis en help klachten te voorkomen en kom niet alleen een pleister plakken als het pijn doet. Leer onze uitvoerders nou eens vóórdenken in plaats van nadenken."

## Faalkosten naar beneden

Samenwerking is ook de missie van Eric Leijten van Logchies Renovatie en Onderhoud. "We merken dat ketensamenwerking de faalkosten op vele vlakken naar beneden brengt. Bovendien ontstaat er meer focus op actuele thema's zoals circulariteit. Dat is voor iedereen beter. Voor onze opdrachtgevers, de bewoners en omwonenden, het milieu, het verkeer, onze onderaannemers en onze toeleveranciers."

## Van ad-hoc naar focus

Leijten: "Het streven moet zijn om van ad hoc naar focus te gaan. De meeste invloed zit in de vroege fase van een project, daarna moet je vooronderstellingen managen. De faalkosten zitten daarbij vooral in de uitvoer en de productie, zo blijkt. Het grootste deel van de winst zit in de ontwerpfase."

Leijten geeft aan dat ze bij Logchies duidelijke keuzes maken, waarbij veel focus ligt op de dialoog met marktpartijen. "Eigenlijk halen we daarmee de achterkant van



de keten naar voren. Bij Logchies gaan we terug naar de functionele vraag, die bekijken we samen met partners en daar zoeken we de beste producten bij. Daarbij vragen wij om een open boekhouding van partners waar wij mee samenwerken. Het begint met het percentage winst dat je wilt halen. Daarbij zitten we samen met onze partners in een leercurve, waarbij we werken met dedicated Logchies-teams.”

### De weg naar de zzp'er

En dan was er ook een mini-sessie met drie zzp'ers. Deze drie, allemaal drie lid van de brancheorganisatie VLOK, stonden uitgebreid stil bij de vraag hoe leveranciers over de tussenhandel heen contact kan krijgen met de zzp'er. Niet zozeer om die groothandel te passeren, maar om de eindgebruiker specifiek te informeren. De weg naar de zzp'er is best lastig.

### Digitaal

We leven niet meer in 1980. Dankzij digitale middelen, social media of youtube bijvoorbeeld, zijn zzp'ers op elk moment van de dag bereikbaar. Biedt dat soelaas? “Een relatie bij één van mijn leveranciers kan ik tot 's avonds laat bellen. Als ik met een vraag zit, kom ik in eerste instantie terecht bij de leverancier, bij de tussenhandel veelal, maar bij een specifieke vraag kan dat ook de merkfabrikant zijn. Ik heb ook wel apps op mijn telefoon van leveranciers waar ik me technisch kan laten bijpraten. Kan ik direct zien of een onderdeelje linksom of rechtsom moet.” Maar: “Als ik op het dak sta, en ik moet direct wat weten, dan bel ik niet de tussenhandel, maar dan bel ik een collega.”

### Online én fysiek?

Informatie inwinnen is een deel van het digitale hoofdstuk. Want via je smartphone kun je natuurlijk tevens tal van bestellingen plaatsen. Gebeurt dat ook? “Soms wel, maar ik ga toch nog graag de fysieke handel binnen. Het opzoeken en bestellen van het juiste product kost me gewoon te veel tijd. In de fysieke handel weet ik precies wat ik wil hebben en waar het ligt. Maar als mijn leverancier het me makkelijker maakt om digitaal mijn snelst lopende producten te bestellen, dan ben ik meteen om.” Een ander: “Gereedschap bestel ik veelal online, bij EcoTools of Toolstation bijvoorbeeld. Als het gaat om bouwmaterialen, dan ga ik veelal naar fysieke verkooppunten, naar de vakhandel, maar toch ook naar Hornbach.” ■

