

'Geen facturatiefabriek'



Bij iedere beurs pakt Probin goed uit. Op de Bouwbeurs van 2013 wordt de stand nóg groter, vertelt formulemanager Arap-John Tigchelaar. "Dankzij onze open performance nemen veel mensen bij ons een kijkje. Dit komt mede door onze samenwerking met leden en leveranciers."

Bij de Bouwbeurs in Utrecht en de Bouwrelatiedagen in Gorinchem, Hardenberg en Venray geldt Probin als graag geziene gast. Transferro's formule Probin, Professionals voor Bouw en Industrie, staat namelijk in de top 3 wat betreft het aantal bezoekers. Dat komt mede door het aantal belangstellenden, dat op uitnodiging van deze formule naar de beurzen komt. "Onze performance, onze presentatie zorgt ervoor dat de stand laagdrempelig is", zo kijkt Tigchelaar naar het succes. "Van binnen én van buiten zijn alle producten goed te zien. Op die manier trekken we veel bezoekers."

Veel is hierbij ook te danken aan de eigen achterban. De formulemanager is erg te spreken over zijn actieve leden. "Probin heeft zeventien vestigingen, met 30.000 debiteuren. Zo'n 10.000 van hen zijn actief."

Kosten delen

Bij de komende Bouwbeurs in Utrecht in 2013 pakt Probin het nog groter aan. Zo zullen belangrijke leveranciers – "ik noem geen namen" – aanwezig zijn, die eerdere edities niet present waren. "Beurzen zijn voor ons belangrijke contactmomenten. Daarom hebben we ervoor gekozen om de beurskosten met de aanwezige leveranciers te delen. Zij kunnen ons gebruiken als platform voor hun nieuwste producten. Op deze dagen komen onze leveranciers niet alleen in contact met de klanten van onze leden, maar ook met onze leden zelf. Daarnaast vergroot een grote stand de brandperformance van Probin."

Hoewel zo'n stand anders doet vermoeden, zijn er slechts zeventien vestigingen die het landelijke imago waarmaken. Dat vindt Tigchelaar echter niet erg. "Ons sleutelwoord is 'samenwerking', dat staat voorop. Zowel met onze leveranciers als met onze leden." Op basis van dit woord selecteert Probin dan ook zijn relaties: leden én leveranciers. "Sterker nog: het is voor ons een doorslaggevende factor", vertelt hij. "Als we bij een leverancier overtuigd zijn van zijn producten, maar hij niet met ons wil samenwerken, dan zetten we de relatie stop."

Marge

Probin richt zich alleen op A-merken, voor *private labels* is geen plaats. "In mijn ogen verkopen collega's deze producten alleen vanwege de hoge marge. Zo willen wij niet werken. Wij maken

“Samenwerking is voor Probin een doorslaggevende factor”

keuzes voor leveranciers en creëren hierdoor volumes bij selecte partners.”

Dat maakt Probin tot een aanbodgestuurde formule, in tegenstelling tot de vraaggestuurde concurrentie, zegt Tigchelaar. “Andere bedrijven richten zich vooral op marge en zijn daarom inkoopgericht. Ik zie hen als facturatiefabrieken, die er vooral voor willen zorgen dat leden goedkoper kunnen inkopen. Dat vinden wij uiteraard ook belangrijk, maar er is meer.”

Door hun vraaggestuurde houding voelen concurrerende inkooporganisaties zich minder verbonden met hun leveranciers, luidt Tigchelaars overtuiging. “Bij zo’n houding staat niet de samenwerking voorop. Bij alles wat zowel een inkooporganisatie als een leverancier doet, denkt hij: ‘Wat krijg ik ervoor terug?’ Als je gezamenlijk de markt betreedt, vind ik dat niet de juiste manier.”

Het is voor Probin dan ook een bewuste keuze om een aanbodgestuurde organisatie te zijn, met zorgvuldig geselecteerde leveranciers en producten. “We kiezen voor A-merken, maar niet voor alle. Naast de wil om met ons samen te werken is onze selectie onder meer ook gebaseerd op de voorkeuren van de klanten van onze leden.”

Zo gaat het bij bijna alle productgroepen. Alleen bij het hang- en sluitwerk maakt Probin geen voorselectie, maar biedt de formule de producten van alle A-merken aan. “Hierbij staat de oplossing centraal”, licht hij toe. “De markt van hang- en sluitwerk is te gespecialiseerd om te kiezen voor enkele merken. Er is te veel maatwerk en er zijn te weinig totaalleveranciers. Om per situatie tot de juiste oplossing te komen, is het noodzakelijk om te kunnen combineren.”

Specialiseren

Toen Tigchelaar in 2006 als Probins formulemanager startte, gold deze formule nog voornamelijk als totaalleverancier. “Van meet af aan heb ik de voorkeur gegeven aan een aanbodgestuurde organisatie”, vertelt hij. “Op die manier laat je als inkooporganisatie zien, waarin je goed bent. Als je geen keuzes maakt, dan blijft je assortiment op een middelmatig niveau.”

Hij juicht de specialismen van de individuele leden dan ook van harte toe. Toch beseft hij dat Probin niet aan het totaalleverancierschap kan ontkomen. “Ieder lid heeft zijn eigen specialisme en kracht. Al die specialismen bij elkaar maakt ons wel totaalleverancier.” Tigchelaar vindt het daarbij prettig dat leden contact met elkaar hebben en elkaar proberen te helpen. “Zo kreeg een Probin-vestiging uit het Utrechtse Montfoort van een klant een specifieke vraag over toegangscontrolesystemen. Dit is het specialisme van onder meer de vestiging in het Overijsselse Goor. De klant heeft toen het advies gekregen om naar die laatstgenoemde plaats te gaan.”

Tigchelaar kan zich wel voorstellen dat klanten niet altijd worden doorgestuurd. “Ieder lid denkt ook aan zijn eigen omzet. En sommige leden zitten zo dicht bij elkaar, dat ze in elkaars omzetgebied werken. Zolang alles in onderling overleg gebeurt, vinden wij dat goed. Bij irritaties grijpen we in.”



Van binnen én van buiten de stand zijn de producten goed te zien.



Probins presentatie zorgt voor een laagdrempelige stand.

“Zonder keuzes blijft een assortiment van middelmatig niveau”

Zo’n onderlinge samenwerking is Probins ideaalbeeld. “Graag zien we dat ieder lid door een Probin-bril kijkt en de samenwerking met andere leden zoekt. Hiernaar zoeken we immers ook met onze leveranciers om de beste resultaten te bereiken.”

Innovaties

De keuze voor bepaalde leveranciers en hun producten heeft Probin geen windeieren gelegd. De formule heeft namelijk ook nadrukkelijk gekozen voor innovaties. “Hiermee hebben we blijkbaar een duidelijk signaal gegeven”, denkt Tigchelaar. “Steeds meer innovatieve leveranciers weten ons te vinden om hun noviteiten op de markt te brengen.”

Niet iedere nieuwigheid is overigens succesvol, weet ook Probins formulemanager. “Als een artikel niet loopt, dan zoeken we samen naar een oplossing. Zo’n oplossing zou kunnen zijn dat we de voor-



raad omruilen voor een courant alternatief. Per geval is die invulling verschillend. We sturen zo'n artikel in ieder geval niet klakkeloos retour. Dat zou alleen eenrichtingverkeer zijn."

Inmiddels heeft Probin doorgeborduurd op haar naam van innovatieve inkooporganisatie. In eigen huis biedt ze trainingen aan, bijvoorbeeld met toegangscontroletechnieken. "Gezien de complexiteit heeft deze productgroep veel aandacht nodig. We zijn dan ook erg blij dat we deze trainingen kunnen aanbieden. Wat ons betreft, geven we hieraan in de toekomst met andere productgroepen een vervolg", aldus Tigchelaar.

Centrale rol

Met de webshop die Probin begin dit jaar heeft geïntroduceerd, wil de inkooporganisatie de samenwerking met leveranciers een extra dimensie geven. Hierbij speelt EZ-base een centrale rol. "Het heeft een tijdje geduurd voordat we van deze elektronische database gebruik konden maken. Eerst hebben we namelijk voor een integratie in ons automatiseringssysteem moeten zorgen", zegt Tigchelaar. Inmiddels zijn al Probins uitingen aan EZ-base verbonden, zoals folder, catalogus en website. "Het liefst zien we dat al onze leveranciers op deze manier werken. Daarom hebben we besloten om in onze uitingen alleen producten op te nemen van leveranciers die ook dit systeem gebruiken."

Volgens hem is dit geen dreigement. "Wij zien dit als een 'lichte druk'. Als we allemaal van hetzelfde systeem gebruik maken, komt dat de effectiviteit ten goede. Leveranciers die met papieren prijslijsten komen, worden op een stapel gelegd. Dat is niet meer van deze tijd."

