

MOOIE RESULTATEN DANKZIJ FOCUS OP ZELFBOUWER

DIY- COMBINEREN MET BOUWHANDEL WERKT

26 was Rudy Van Herck, toen hij in zijn garage begon met het verkopen van wat stenen en bouwmaterialen. 35 jaar later is Bouwmaterialen Van Herck een van de snelst groeiende bedrijven van Vlaanderen. Wat is het geheim van deze familiezaak? Is het de onberispelijk nette winkel, het goed opgeleide en behulpzame personeel? Zijn het de correcte prijzen of is het de combinatie van DIY-handel voor de particulier en bouwmaterialenhandel voor de vakman die zo succesvol is? We gingen op zoek naar antwoord in Herenthout.

Door Elisabeth Cornille



In het toonpark, naast de parking, ziet de bezoeker in één oogopslag hoe de klinkers er gelegd uitzien. Zo krijgt de klant een beter beeld van het eindresultaat

LIEFDE VOOR STEEN

Bouwmaterialen Van Herck kan zowat alle bouwmaterialen leveren, maar heeft ook zo zijn specialiteiten. Zo komt zo'n 30% van de omzet voort uit de verkoop van tegels en klinkers.

Rudy Van Herck: "De liefde voor steen zit me in de genen. Mijn vader was namelijk vrachtovervoerder voor steenbakkerijen. Toen ik 26 was, in 1973, begon ik in de garage van ons huis met het verkopen van tegels en wat gevelstenen. Die garage was trouwens ook hier, waar nu de toonzaal is. Na twee jaar was die garage al te klein en verhuisden we naar een grotere zaal. Omdat we hier midden in een woonzone zitten kunnen we natuurlijk niet blijven uitbreiden. In 1988 hebben we er in Herentals dan zo'n vier hectare bijgekocht waarop we onze magazijnen hebben gezet." Vandaag is de toonzaal zo'n 500

vierkante meter, en de doe-het-zelfwinkel zo'n 2.000 vierkante meter. Daarrond ligt nog zo'n 2.500 vierkante meter met de buitenshowroom en parking. Rudy Van Herck: "We hebben voorlopig zo'n negentig parkeerplaatsen, zowel aan de DIY-ingang als aan de toonzaalingang, maar we willen de parkeerruimte graag nog uitbreiden."

SERVICE VOOR DE VAKMAN EN DE PARTICULIER

Bouwmaterialen Van Herck levert niet enkel aan de vakman, maar heeft ook een uitgebreide doe-het-zelfafdeling. Dat leek al van bij het oprichten van het bedrijven een logische keuze. Rudy Van Herck: "Na zo'n vijf jaren bouwmaterialen te verhandelen is het DIY-verhaal er logischerwijze

bijgekomen en heeft het zichzelf ontsponnen. Onze toonzaal is niet volledig afgescheiden van de doe-het-zelfafdeling. Je kunt van in het professionele sanitair gewoon doorlopen naar het doe-het-zelfsanitair en van uit de verfafdeling gewoon naar de toonzaal. Visueel en met bordjes maken we wel een onderscheid. Er is een andere vloer, andere verlichting en natuurlijk zijn er ook twee aparte ingangen en twee aparte parking's."



RUDY VAN HERCK:
"EEN BELANGRIJK
VOORDEEL VAN ONZE
DIY-ZAAK IS DAT ER
DAAR ELKE AVOND
GELD IN DE KASSA
LIGT"

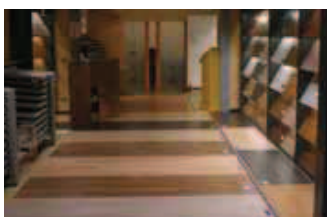
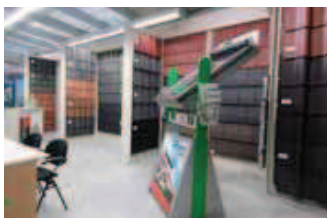
Toch een apart verhaal

Rudy Van Herck: "We merken wel dat onze klanten eigenlijk enkel in de ruimte gaan waarvoor ze gekomen zijn. Een vakman trekt zijn neus er nog wel eens voor op om in een doe-het-zelfzaak zijn gerief te moeten halen. Hoewel ze toch af

en toe snel nog iets meenemen wanneer ze hier dan toch zijn. Aan de magazijnen in Herentals hebben we speciaal voor de professionals een klein winkeltje met professionele toestellen. Dat werkt. Anderzijds is het voor de doe-het-zelfklanten zeker inspirerend om in de toonzaal te zien wat er mogelijk is qua materialen om in hun huis te gebruiken. We richten ons immers vooral op zelfbouwers."

Geld in de lade

De combinatie heeft ook nog andere voordelen. Rudy Van Herck: "Voor ons als bouwmaterialenhandel is het toch erg interessant om ook een doe-het-zelfzaak uit te baten. Zeker financieel. Bij de doe-het-zelfafdeling ligt er elke avond geld in de kassa. Bij het professionele gedeelte werken we natuurlijk met facturen. Ik denk dat we zo'n 75% van onze omzet uit onze verkoop aan vakmensen halen en zo'n 25% uit die aan particulieren."



De ruime toonzaal toont de voornaamste bouwmaterialen op een uitnodigende wijze. V.l.n.r.: dakpannen, gevelstenen parket en de vernieuwde sanitairafdeling

DIY en toonzaal zijn visueel duidelijk gescheiden. O.a. met bordjes

Met de houtafdeling en speciale promo's wordt op zelfbouwers gemikt

ALLE BOUWMATERIALEN ONDER TWEE DAKEN

Rudy Van Herck: "Productgewijs maken stenen dus tot 30% van onze omzet uit. We zijn vooral gespecialiseerd in arduin. We halen die uit China en Vietnam en hebben dat altijd in voorraad. We leveren veel aan tuinarchitecten. Die laten vaak hun klanten eens komen kijken bij ons. We leggen namelijk ook onze stenen, bijvoorbeeld op de parking. Dat lappendeken van verschillende stenen is voor de mensen erg duidelijk om een beeld te krijgen hoe de steen eruit zal zien met welke voeg. Ook voor de andere materialen proberen we hen zo veel mogelijk te inspireren met een mooie presentatie."

Specialiseren versus van alles wat

Rudy Van Herck: "Binnen in onze toonzaal hebben we verschillende secties: sanitair, vloeren, laminaat en parket, gevelstenen, dakpannen en nu ook hout. Waar het kan proberen we slechts één merk aan te bieden. Ik heb liever het volledige assortiment van één merk, dan van verschillende merken maar een beetje te kunnen verkopen. Zo bieden we voor laminaat enkel Quick-Step aan, voor verven enkel Levis, voor verlichting enkel Philips. Het hangt natuurlijk wel van het product af. Voor isolatiematerialen zijn we bijvoorbeeld hoofdverdelers voor zowat alle merken."

Blijven vernieuwen

"Begin 2009 hebben we het showgedeelte rond sanitair grondig aangepakt. Zowel het duurdere segment tonen we nu ruimer, maar vooral ook het doe-het-zelfassortiment, met het sanitair dat de klant onmiddellijk kan meenemen, hebben we flink uitgebreid. Ook in de doe-het-zelf blijven we vernieuwen, die afdeling hebben we twee jaar geleden grondig aangepakt. Toen we met die afdeling begonnen, zo veel jaar geleden, vond ik het een goed idee om het materiaal in één lange gang te presenteren. Die liep door van in de showroom tot achteraan in de winkel. Bij de reorganisatie hebben we gekozen voor één centrale middengang, met dan telkens de rekken in een U-vorm die hierop uitkomen. Zo creëerden we enerzijds allerlei kleine shop-in-shops, en wonnen we maar liefst 90 vierkante meter. Die was wel onmiddellijk ook weer ingevuld. We willen immers graag onze klanten altijd de nieuwste spullen blijven aanbieden en de leveranciers duidelijk ook."

Uitbreiding met houtafdeling was schot in de roos

Rudy Van Herck: "We zagen de voorbije jaren de ene houthandel na de andere in de buurt failliet

DATA

Naam: Bouwmaterialen Van Herck
Adres: Verbistlaan 2, 2270 Herenthout
Openingsuren: maandag tot vrijdag: 8 u. - 18 u. 30, zaterdag: 8 u. - 17 u., gesloten op zon- en feestdagen
Zaakvoerder: Rudy Van Herck
Opgericht: 1976
Aantal personeelsleden: 48
Samenstelling:
 In Herenthout: toonzaal (500 m²), doe-het-zelfzaak (2.000 m²) en toonpark (2.500 m²)
 In Herentals: magazijnen en kleine winkel met gereedschap voor professionals: 4 hectare
Specialiteit: klinkers, maken 30% van de omzet uit.
Omzet: Twee zaken samen zo'n 30 miljoen euro.
 DIY-afdeling: zo'n 8.750.000 euro
Verdeling: 75% uit verkoop aan professionals, 25% verkoop doe-het-zelf



In verhouding met de verkooppoppervlakte, is er eigenlijk te veel personeel. Maar deze extra service blijkt een belangrijke troef



gaan. Daarom zijn we zelf met een houtafdeling begonnen. In de showroom hebben we een kleine voorraad en een zaagmachine, maar in de magazijnen in Herentals bewaren we het gros van het hout voor dakconstructies. We merken dat aannemers en dakwerkers tevreden zijn, want ze kunnen nu bij ons voor alles terecht. We willen die houtafdeling zeker nog uitbreiden. Niet alleen naar de professional toe. We merken immers dat meer mensen zelf, of toch grotendeels zelf, hun huis willen bouwen of renoveren. Met onze houtafdeling bieden we hen nu nog meer aanbod en service. Zo

kunnen we met een van onze twintig vrachtwagens die gigantische houtpartijen, of andere materialen ook natuurlijk, tot aan hun voordeur of bouwgrond brengen."

Uitzonderlijke aanbiedingen

Rudy Van Herck: "Onze correcte prijzen oefenen zeker een belangrijke aantrekkingskracht uit op onze klanten. Zo is onze budgethoek erg populair. Deze ligt apart van de winkel ligt, namelijk links bij het binnenkomen van de toonzaal. Hier vinden mensen kwaliteitsvolle tegels, maar aan een vriendelijk prijsje, bijvoorbeeld

zeven euro voor een vierkante meter."

Netheid als stokpaardje

Opvallend is het, hoe netjes het is bij bouwmaterialen Van Herck. "Netheid is mijn stokpaardje", zegt Rudy. We hebben twee schoonmaaksters full-time in dienst en ook elk personeelslid, bijvoorbeeld op de DIY-afdeling, heeft een bepaald stuk rek waarvoor hij of zij verantwoordelijk is. Op minder drukke momenten verwacht ik ook dat ze de verpakkingen afstoffen."

VOORDEEL OP DE CONCURRENTIE

Rudy Van Herck: "Herenthout ligt tussen Heist-op-den-Berg, Nijlen, Herentals en Grobbendonk. In Nijlen is er niet zo heel lang geleden een Hubo opengegaan. We merken daar toch niet zo veel concurrentie van. Enerzijds denk ik dat we vaak goedkoper zijn dan onze concurrenten, maar anderzijds hebben we ook een grote troef: service."

Veel en gemotiveerd personeel

Rudy Van Herck: "We hebben eigenlijk te veel personeel voor de verkooppoppervlakte, maar dat komt omdat we elke klant willen helpen. Wanneer de klant iets vraagt, gaan we met hem mee tot bij het gezochte product, we leggen zware goederen zelf in zijn koffer enzovoort. Wie bij mij in dienst komt, moet alles kunnen. Zowel in de toonzaal staan als op de DIY-afdeling. We willen ook dat het personeel opleidingen volgt, binnen- of buitenshuis. Zo kunnen ze de klanten beter helpen. "In totaal heb ik zo'n 48 personeelsleden. Elke afdeling heeft ook zijn eigen chef die de aankopen doet. Marc Meurs (zie kaderstuk) doet de DIY-afdeling, Benny Aerts verzorgt het bouwassortiment, Tom Van Doninck het dakmateriaal en schrijnwerkerij, Gerry Vervoort de tegels en klinkers en mijn zoon Gari werkt in het magazijn in Herentals en dispatcht daar ook. Petra De Ridder, de vrouw van Gari, doet de boekhouding en is eigenlijk medebaas in Herenthout."

Ons kent ons

Rudy Van Herck: "We zijn ook een familiezaak. Mijn vrouw is boekhoudster, onze zoon Gari zorgt voor het magazijn en zijn vrouw leidt samen met mij de toonzaal. Onze klanten appreciëren dat. Ze weten wie we zijn."

VEEL ADVERTEREN

Rudy Van Herck: "Ik heb altijd geloofd in adverteren. Geen reclame betekent geen verkoop. Met tv en radio bereiken we echter

niet onze klant. Locale krantjes zijn ideaal. We richten ons vooral tot zelfbouwers met slogans als 'verhoogde kortingen voor zelfplaatsing'.

Klantenbinding met opendeurdagen

We hebben ook drie keer opendeurdagen elk jaar. De week rond elf november zijn er de herfstopendeurdagen, rond januari zijn er de renovatiedagen en rond Pasen de paasopendeurdagen. Die zijn de voorbije dertig jaar uitgegroeid tot een echt volksfeest. Gedurende drie dagen geven we elke klant die iets koopt, ook al is dat een doos vriesjes, een bonnetje voor een gratis pak frietjes. Op drie dagen tijd verdelen we zo 9.000 pakken frieten. Daarnaast is er ook randanimatie voor de kinderen zoals een paardenmolen, verschillende springkastelen enz. We zien soms mensen drie dagen langskomen, maar dat is niet erg natuurlijk. Je moet iets doen voor je klanten, anders krijg je niets terug.

Persoonlijke klantenkaart

Rudy Van Herck: "Twee jaar geleden hebben we ook een klantenkaart in het leven geroepen. Nu is het zo dat niet iedereen die zomaar krijgt. Als we iemand regelmatig over de vloer krijgen, mag die zo'n kaart hebben. En wie vraagt waarom hij of zij er nog



Van Herck plant extra beveiliging om de 4 ha magazijnen in de gaten te houden

geen heeft, zal wel een paar keer kort na elkaar terug komen om ook zijn gezicht te laten kennen. Met die kaart krijgen de klanten nog eens 10% korting op hun aankopen. En dat werkt."

GEEN CRISIS

Rudy Van Herck: "Eigenlijk hebben we nog steeds geen problemen gehad met de crisis. Aan wat we dat te danken hebben weet ik niet precies, maar we hebben in elk geval geluk met onze strenge boekhoudsters. Ik denk dat een sterkte is dat we van ons hart een steen maken als het op facturen



Wie geen kredietverzekering heeft, kan bij Van Herck geen bestelling plaatsen. Zo vermijden ze veel problemen.

aankomt. Wie geen kredietverzekering heeft, kan bij ons geen bestelling plaatsen. Zo vermijden we veel problemen. We hebben wel gemerkt dat er bijvoorbeeld vorige winter minder volk over de vloer kwam. Maar we hebben ons personeel toen toch kunnen behouden door hen andere jobs te geven. We hebben bijvoorbeeld de afdeling sanitair verbouwd en het is natuurlijk zo dat onze mensen ook erg handig zijn. Zo hebben we de hele afdeling zelf kunnen bouwen. De minder handige of bediendes lieten we meer de baan op gaan, mailings doen en dus reclame maken."

Van Herck als Gazelle

Rudy Van Herck: "In totaal draaien we met de twee zaken samen zo'n 30 miljoen euro omzet. De DIY-afdeling maakt daar zo'n 8750000 euro van uit. De laatste drie jaar draaien we ook opvallend meer omzet. We stijgen jaarlijks in onze twee zaken met zo'n 15 à 20%. We zijn zelfs genomineerd als beste bouwmaterialenhandel van Vlaanderen en zitten bij de Gazellen van Trends, dat zijn de bedrijven die het meest stijgen. Waarom? We hebben hard gewerkt denk ik."



Dankzij de bordjes vragen de klanten minder om hulp



Door de rekken in U-vorm te plaatsen, werd zo'n 90 m² gewonnen



Van Herck preferereert het volledige assortiment van één merk in huis te hebben.



Nieuwe presentaties voor verlichting en verf lokken extra vrouwelijke klanten

DE DIY-AFDELING IN EEN NOTENDOP



Marc Meurs werkt al zestien jaar bij Bouwmaterialen Van Herck. Vandaag is hij verantwoordelijk voor de aankopen. Hij is al twaalf jaar verantwoordelijk voor de aankopen van de producten, samen met zijn collega Cindy Vercammen die de machines aankoopt.

WAT IS JULIE STERKSTE PUNT?

- "Onze sterkte is onze service. Klanten met vragen kunnen we helpen doordat we regelmatig opleidingen krijgen van de leveranciers. Daarnaast begeleiden we, als de klant dat wil, hem tot bij het product. Als het iets zwaar is helpen we het zelfs in de auto leggen. Mensen appreciëren dat enorm."

HOE VINDEN KLANTEN DE WEG IN JULIE WINKEL?

- "De nieuwe look van de DIY-afdeling, met allerlei kleine shop-in-shops werkt goed. Aan elk rayon hangt ook een duidelijk leidbordje. We merken dat de klanten nu minder hoeven te vragen en dat ze gemotiveerd zijn om zelf te zoeken."

WAT ZIJN DE POPULAIRSTE PRODUCTEN?

- "Onze drie populairste producten zijn de sanitaire producten, de verf en de verlichting. Samen met de bevestigingsmaterialen maakt dit zo'n 50% uit van onze omzet."

EEN GOEIE VERWEZENLIJING?

- "Het beginnen van een houtafdeling was volgens mij een schot in de roos. Onze klant is duidelijk op zoek naar zowel ruwe als afgewerkte materialen in één winkel. Dat is voor hem makkelijk."

WAT VOOR KLANTEN KRIJGEN JULIE OVER DE VLOER?

- "Qua klant hebben we ook in de DIY-afdeling best wel wat vakmensen, hoewel die misschien liever naar de vakwinkel gaan bij de magazijnen in Herentals. Daarnaast hebben we veel vaste klanten, klussers die bijna wekelijks komen. Ten derde zien we steeds meer vrouwen de weg vinden naar onze winkel. Waarschijnlijk ook door onze service om alles in de koffer te leggen. Zij zijn vooral geïnteresseerd in onze verfafdeling, decoratie-elementen en de verlichting. Die twee afdelingen hebben de leveranciers, Levis en Philips, dan ook onlangs grondig vernieuwd. Grote sfeerfoto's, mooie rekken, meer beleving. En dat werkt."