

“Digitaal product net zo belangrijk als fysiek product”

Bouwbedrijven kopen steeds meer datagestuurd in: het is eenvoudiger en efficiënter, het helpt kosten te reduceren en rendementen te verhogen. Men vaart daarbij op digitale productinformatie, maar die laat vaak nog te wensen over. Door meer relevante data beschikbaar te stellen, kunnen fabrikanten ketenpartners beter helpen. En daarmee hun eigen handel veiligstellen. “Als data niet op orde zijn, kiezen we eerder voor andere producten of leveranciers.”

Aan het woord is Eduard Baltussen van Vihamij, een technische groothandel met 37 filialen en drie eigen webshops. Het huidige Vihamij, dat hoofdkantoor houdt in Arnhem, is de vrucht van een fusie tussen drie bedrijven: “Samenwerken zit in ons bloed, we zijn aangesloten bij verschillende verbanden”, zegt Baltussen. Persoonlijke benadering van klanten, een hoog serviceniveau en eerlijke prijzen staan volgens hem voorop bij de onderneming.

Compano's PIM-oplossing

Het bezitten, onderhouden en aanbieden van correcte en uitgebreide data is essentieel voor de bedrijfsvoering van Vihamij, aldus de databaseerder. “Vandaar dat we in 2021 zijn gaan samenwerken met Compano. We kenden het bedrijf al langer, omdat we zijn aangesloten op onze leveranciers via Artikelbeheer.nl. Veel collega-ondernemers uit inkoopverbanden deelden goede ervaringen over hun software.” Baltussen: “Compano's oplossing voor PIM (product information management, red.) zorgt ervoor dat wij onze artikelbestanden optimaal kunnen beheren. We kunnen effectiever en efficiënter selecteren uit uitgebreide datasets van verschillende fabrikanten en daar onze eigen data aan toevoegen, om onze klanten snel de juiste informatie te verstrekken. Dat is wat zij willen, en daarmee cruciaal voor ons succes.”

Data in de bouwsector

Met een assortiment van ruim zestigduizend artikelen is Vihamij een vertrouwde partner van de installatiebranche. De laatste jaren is het bedrijf ook steeds meer gaan leveren aan de bouwsector. Baltussen ziet dat de ene branche de andere niet is, zeker waar het gaat over data: “Waar fabrikanten in de installatiebranche al heel erg bezig zijn met productdata, zien we dat in de bouw veel minder. Het leeft daar nog niet heel erg. Steenfabrikanten spreken bijvoorbeeld over waalformaat, maar daarmee zijn de afmetingen niet direct duidelijk. Zo'n steen is 21 bij 10 bij 5 centimeter. Die informatie is essentieel om de juiste hoeveelheden te kunnen kopen en vergissingen te voorkomen.”

De vertaalslag wordt nu verderop in de keten gemaakt, maar fabrikanten kunnen dat volgens Baltussen veel beter zelf doen om afnemers te helpen en faalkosten te voorkomen: “Het scheelt foute leveringen, negatieve recensies en corrigeerwerk. Niet alleen aan onze kant, maar ook aan de kant van de fabrikant zelf en de andere leveranciers. Hetzelfde geldt bijvoorbeeld voor de kleur van een baksteen. Als je die productinformatie niet duidelijk de keten in brengt, kan het zomaar zijn dat complete pallets in de verkeerde kleur worden geleverd. Fabrikanten zouden veel meer eigenaarschap moeten tonen over hun data, daar zijn ze zelf ook bij gebaat.”

Installatiebranche als voorloper

Het klinkt Carlo de Nijs bekend in de oren. Hij is commercieel manager van Compano, aanbieder van online software voor de installatie- én de bouwbranche. “In de installatiebranche zijn ze al tien tot twintig jaar gefocust op digitalisering van de hele keten, daar is veel leergeld betaald en wordt de productdatakant beter op waarde geschat. De datakwaliteit is hoger, de beschikbaarheid groter, daar kan Vihamij over meepraten. Er is meer standaardisatie, meer automatisering in berichtenverkeer en er zijn meer dataplatforms, zoals de datapools die fungeren als draaischijf in de gegevensdistributie. Ook tussen fabrikanten en aannemers en installateurs onderling is de data-uitwisseling meer gestandaardiseerd, omdat systemen anders simpelweg niet goed met elkaar kunnen communiceren.”

“Fabrikanten hebben vaak generaties geïnvesteerd in de ontwikkeling en perfectionering van het product. Maar in het sterk automatiserende marktspel ontbreekt nu helaas nog vaak veel relevante productinformatie”



Kardex van Vihamij

Veel te winnen

In de bouwbranche is dit nog anders. “Daar ligt de focus momenteel met name op automatisering van de flow van orders en facturen, dus op artikel- en handelsdata. Aan de aanleverkant van de productdata is daar echt nog veel te winnen”, aldus De Nijs. “Inkooporganisaties en groothandelaren waar we mee samenwerken, zoals Vihamij, kopen in op basis van ETIM-, DICO- of BMECAT-gestructureerde data, waar onze PIM-, MDM- en calculatiesoftware mee kan lezen en schrijven. Maar nog lang niet alle fabrikanten van bouwmaterialen werken volgens die branche-standaarden. Veel productdata zijn niet beschikbaar, incompleet of kwalitatief onvoldoende, waardoor relevante informatie ontbreekt om de juiste koopbeslissingen te nemen.”

Het digitale product

Voorlopers in de bouwhandel zetten de voorbeeldstappen uit de installatiebranche nu in rap tempo, ziet De Nijs, vaak gedreven vanuit de wens om hun catalogus te digitaliseren en/of online te gaan verkopen. “Fabrikanten kunnen daar op inspelen door meer relevante data beschikbaar te stellen. Zij kennen hun producten als geen ander, kunnen ook als de beste vertellen waar het onderscheid zit ten opzichte van de concurrentie. Ze zouden veel meer kwaliteit kunnen toevoegen aan hun digitale product, zoals ik dat noem. Dat is net zo belangrijk als hun fysieke product, anders raakt het verscholen in de massa. Het is bijzonder om te zien dat men zo sterk betrokken is bij de ontwikkeling en productie van het fysieke product, terwijl de digitale variant vaak stukken minder op orde is.”

Bij productdata gaat het om meer productspecifieke kenmerken dan basisartikelinfo en prijzen, vervolgt De Nijs: “Denk aan allerhande technische features waarop afnemers kunnen selecteren, maar ook aan gedetailleerde afmetingen, afbeeldingen, 3D-tekeningen, informatie over accessoires en toebehoren, certificaten en handleidingen. Allemaal informatie die fabrikanten vaak al ergens beschikbaar hebben, en gestandaardiseerd en geautomatiseerd zouden kunnen delen. Daar kunnen klanten hun voordeel mee doen, in inkoop-, calculatie-, verkoop- en operationele processen.”

Verkeerde digitale werkelijkheid

Fabrikanten hebben vaak generaties lang geïnvesteerd in de ontwikkeling en perfectionering van het product waarmee ze hun relevante marktpositie hebben opgebouwd, weet de manager van

Wie is Compano?

Compano is al 25 jaar dé specialist op het gebied van online software voor de bouw- en installatiebranche. Onze klanten zijn actief als producent, handelaar, inkoopvereniging, aannemer of installateur.

Compano is erkend partner van Ketenstandaard voor de bouw- en installatiebranche, ETIM, DICO, BMECAT, FESAH en GS1. Wij zijn een bewezen dataverbinder naar o.a. Artikelbeheer.nl, Mepcontent, Stabicad, 2BA, Installdata, Dataselect.ch, en Arge Neue Medien.

Info: sales@compano.com of www.compano.com/pim.

het nu 25-jarige Compano: “Maar in het sterk automatiserende commerciële marktspeel gaat nu nog veel productinformatie verloren. Ze werken bijvoorbeeld met een prijslijst in Excel, een catalogus in PDF of een linkje naar de productpagina op hun website. Volgende schakels in de keten moeten het daarna allemaal maar bij elkaar scharrelen, of waar nodig zelf aanvullen. Daardoor gaat veel productspecifieke kennis verloren, of ontstaat zelfs een verkeerde digitale werkelijkheid.”

“Goede informatie over producten is voor onze klanten nu vaak belangrijker dan prijs”

Baltussen beaamt dat: “Als je als fabrikant geen goede productdata aanlevert, maak je misschien geen fouten, maar ook geen omzet. Het is voor ons namelijk van het grootste belang om klanten goede informatie te bieden, kwalitatief en kwantitatief. De data moeten beschikbaar zijn, maar ook goed worden aangeleverd, dus niet in Excel-bestanden waarin je kolommen moet afstruinen. Wij kunnen eerder kiezen voor andere producten of leveranciers als dit niet op orde is, omdat het impact heeft op alle processen. Goede informatie over producten is voor onze klanten belangrijker dan de prijs. En omdat de klant bij ons centraal staat, zijn data *leading* binnen Vihamij.”

Baas over je digitale product

Veel fabrikanten denken dat ze al lekker digitaal bezig zijn, merkt De Nijs, “als ze een site hebben met een plaatje en wat basisinfo”. Maar er is volgens hem nog een wereld te winnen. “Vaak wordt productdata als een administratieve taak voor de commerciële afdeling beschouwd. Of men legt het bij gebrek aan kennis of capaciteit buiten de eigen organisatie neer, bij een webbureau of data-dienstverlener bijvoorbeeld. Daarmee verliezen ze invloed op hun digitale product, en lopen ze het risico dat de digitale versie niet meer past bij de fysieke werkelijkheid. Wij bieden een laagdrempelige branchespecifieke cloudbased oplossing om regie te nemen over je digitale product. We maken het daarmee zo eenvoudig mogelijk om baas te zijn over je digitale product.” ■

Compano, Sneek, 088.266.72.66,
sales@compano.com, www.compano.com

