

## [ 'Het schap wordt wetenschap'

Aan de vooravond van de 50<sup>e</sup> verjaardag verliest Eltar zijn naam. Per 1 juni zal het bedrijf verder gaan onder de naam Eltra DIY-Euronet. "We wilden in Nederland ook actief worden bij grootschaligen. Met die intentie hebben we in 2001 Eltar overgenomen", aldus managing director Dirk Baum.

de markt mee gegroeid. De Franse ketens zijn, m.u.v. Mr. Bricolage, uit het dhz-landschap verdwenen. Daarentegen werd de invloed van de Nederlandse ketens groter en dat was voor ons de reden om ook in Nederland actief te worden. Daarom hebben we destijds Eltar gekocht", aldus Baum.

#### Conceptgericht

Met de nieuwe naam wil Eltra innovatief, dynamisch en flexibeler zijn. In de breedste zin des woords. Sales manager Tony van der Waart: "Op het gebied van logistiek gaan we o.a. het magazijn verder uitbreiden en volledig automatiseren. Daarbij nemen we het systeem van *voicepicking* over van ons zusterbedrijf in België, stroomlijnen we het ERP-pakket en zijn we door *forecasting* de leveringsgraad aan het maximaliseren. Ook hebben we de laatste jaren flink geïnvesteerd in *trade-* en *consumergerichte* marketing. We gaan in kaart brengen wie die klant is en hoe hij de producten ervaart. Van daaruit gaan we met de handel de *category* invullen, kijken hoe we het schap kunnen optimaliseren en de rentabiliteit verhogen. Het schap wordt dus wetenschap."

Conceptgericht denken staat kortom centraal. Daarom ziet Eltra zich niet meer als groothandel, maar wel als flexibele organisatie die zichtbare meerwaarde levert. "Natuurlijk werken we met onze eigen merken Profile en Prolight, maar door ons machinepark zijn we zo flexibel dat we altijd oplossingen kunnen zoeken in de *private labels* sfeer. Maar we verpakken ook voor merken. Op die manier maak je de *category*, in goed overleg, compleet", aldus Baum.

#### Persoonlijk

Eén sterk punt uit de Eltar-tijd blijft intact: de uitgebreide buitendienst die de klanten bezoekt en het bedrijf een persoonlijk gezicht geeft. De organisatie wordt ook verder uitgebreid met een *keyaccountmanager* voor de grootschalige klanten. Anderzijds zoekt het bedrijf nieuwe wegen om in de informatiebehoefte te voorzien. Van der Waart: "We gaan starten met een e-shop waarin alles terug te vinden is voor onze klant. Daarnaast kunnen winkeliers via de site bij ons bestellen. Maar puur retail! We willen dus meer zijn dan alleen maar verdeler van merken."

Het beleid wordt dus veel meer afgestemd op de consument. Dat gekoppeld aan de diversiteit in de verkoopkanalen moet leiden tot een evenzo divers assortiment. "We willen geen eenheidsworst neerleggen", zegt Baum. "Dat werkt niet. De retailer kan het bepalen, wij vullen het schap in. We gaan samen die *category* managen en koppelen de behoefte van de retailer aan onze *knowhow*."

#### Kwaliteit

Sinds twee jaar heeft Eltra ook een vestiging in Shanghai. Daar wordt volop gesourcé en gecontroleerd. Baum: "Dat is absoluut nodig nu de regelgeving toeneemt en de Chinese markt oververhit raakt. Er zijn genoeg bedrijven die knoeien om het hoofd boven water te houden en we willen dat noch wij, noch onze klanten, daar de dupe van worden. We werken nauw samen met onze ingenieurs, maar ook met KemaKeur. Het is altijd goed als een onafhankelijke instantie daar naar kijkt. Dat waarborgt de kwaliteit." Voor de Nederlandse vestiging is het afscheid nemen van de naam misschien even slikken, maar de identiteit van het bedrijf blijft overeind. En het kantoor blijft gewoon voortbestaan. "Belangrijk is weliswaar de synergie," meent Van der Waart, "maar we vinden het toch heel belangrijk dat zowel in- als verkoop met de voeten in de markt staat. Van de ervaring die we in België met grootschaligen hebben, kunnen we in Nederland nog wat leren en andersom geldt hetzelfde voor onze ervaring met kleinschaliger dhz."

Tony van der Waart en Dirk Baum



"We willen geen eenheidsworst neerleggen."

Het gaat dus om meer dan een naamswijziging alleen. "Eltar is een naam die, zo blijkt uit navraag, een oubollig en conservatief imago heeft. Onterecht weliswaar. Eltra werkt al jaren intensief samen met internationale retailers en is een begrip in de dhz-sector", vertelt managing director Dirk Baum.

#### Historische groei

Eltra, dus ook Eltar, valt onder de Sonepar-groep, een wereldspeler op het gebied van elektra met een omzet van € 13 mrd wereldwijd en 30.000 werknemers. DIY-Euronet clustert de dhz-activiteiten binnen de groep en is marktleider in Frankrijk en België. In ons buurland bedraagt de omzet € 55 mln. In 2007 nam het bedrijf ook de Belgische nummer twee, Unielectric, over. In ons land staat de omzetter op 'slechts' € 15 mln. "Eigenlijk is het logisch. Eltar was en is een gevestigde naam binnen de ij/g-, breedpakket- en de verlichtingsspecialzaken. Maar we willen nu, naast die traditionele kanalen, ook succesvol zijn in de Nederlandse bouwmarkten. In België zijn we historisch met