

“Wij zijn de verbinding tussen producent en dakdekkersbedrijf”

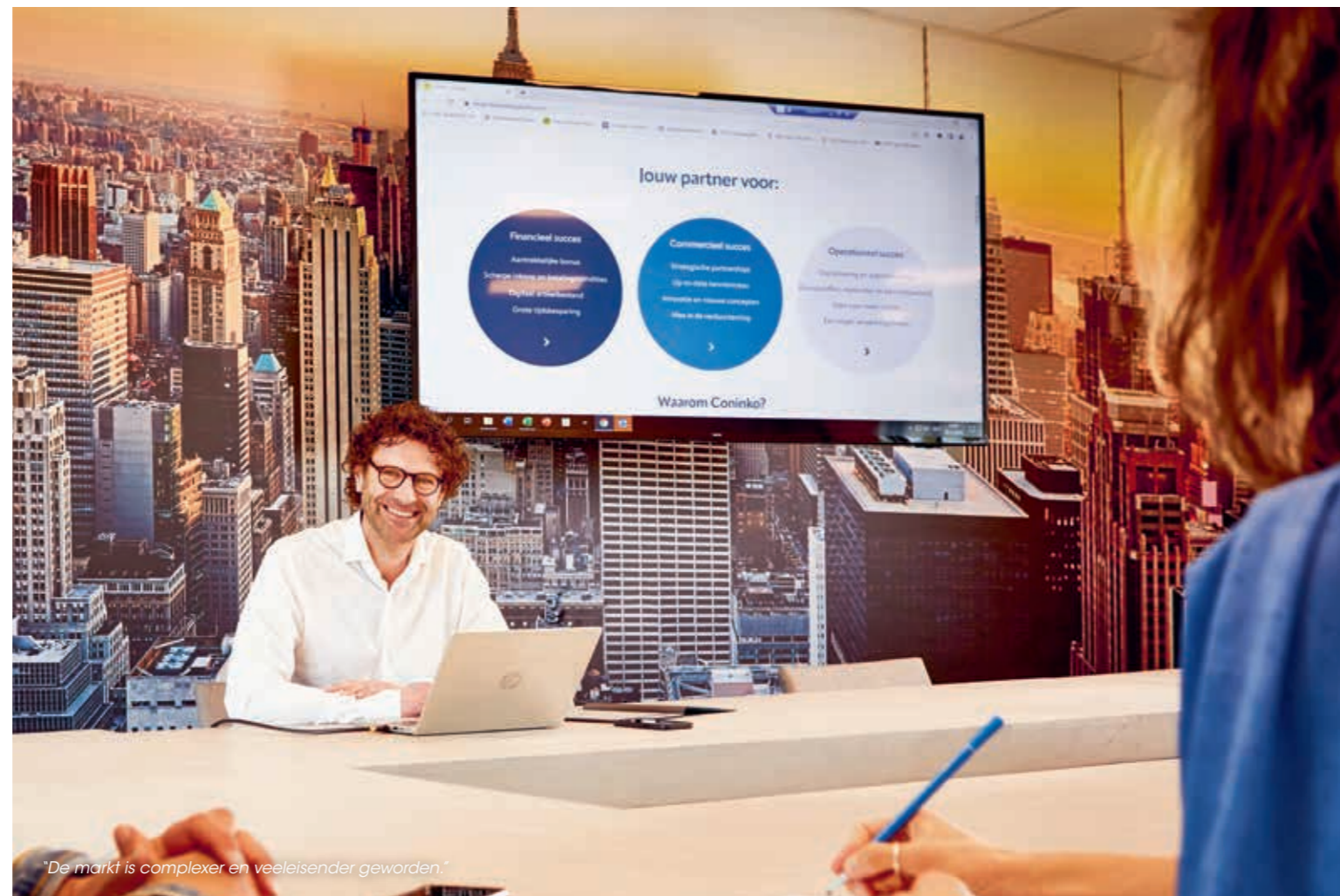
Inkooporganisatie Coninko is volop in beweging: ze presenteren een nieuwe website en een nieuw plan, met de nadruk op samen business genereren. “De markt is complexer en veeleisender geworden”, zegt directeur Mark Hooijberg. “Wij brengen dat wat de producent wil in lijn met wat de dakdekkers willen.”

Nolanda Klunder

Mark Hooijberg begon vorig jaar als directeur van inkooporganisatie Coninko. “We hebben ons als organisatie toen beraden op de vraag: wat is onze route? We hebben een nieuw businessplan opgesteld, waarvan de essentie is: samen succesvol. Het gaat ons dus niet alleen om het inkoopproces met de focus op de prijs, maar vooral ook om het genereren van business, waarmee we bedoelen dat we wensen, ideeën en marktfragen bij elkaar brengen.”

SAMEN SUCCESVOL

“Coninko brengt de twee partijen, de leveranciers en de dakdekkersbedrijven, met elkaar in gesprek”, licht Hooijberg toe. “Daarbij is er tussen de partijen een fundamenteel verschil. De leveranciers zijn verticaal georganiseerd, ze zijn smal en diep. Daar bedoel ik mee dat zij alles op hun specifieke vakgebied weten en daarin producten ontwikkelen. De dakdekkersbedrijven zijn echter horizontaal georganiseerd, ze zijn breed geïntereerd. Zij ontwikkelen daken en zijn daar zo druk doende mee, dat ze niet altijd openstaan voor innovaties. We zien het als onze taak om de innovaties van de producenten bij de dakdekkers te brengen. Wij zijn het scharnierpunt, wij verbinden wat de producent wil met wat de dakdekkers willen. Op die manier kunnen we mét elkaar succes genereren en niet in elkaars verlengde. Dat is de achterliggende gedachte van dat ‘samen succesvol’. We willen succes genereren op drie vlakken: financieel (via prijsafspraken), commercieel (partnerships en innovaties) en operationeel. Bij operationeel gaat het over hoe de processen in de praktijk beter kunnen, met de nadruk op digitalisering.”



“De markt is complexer en veeleisender geworden.”

DATA EENDUIDIG BESCHIKBAAR

Digitalisering is een groot thema bij Coninko, vertelt Hooijberg. “Om samen succesvol te zijn, moeten er barrières worden weggehaald. We willen alle data op een eenduidige manier beschikbaar maken voor onze klanten. Wij brengen bijvoorbeeld de voorwaarden van leveranciers in één Coninko-format, met alle informatie gebundeld. Zo hoeven klanten niet te zoeken of te bellen met de leveranciers om basale zaken te achterhalen. Dit bespaart iedereen tijd. Het doel is immers om de eindklanten samen te bedienen, met ons drieën: de leverancier, de dakdekker en Coninko.” Door de frequente prijswijzigingen zijn het turbulente tijden. “Alle prijswijzigingen leggen veel druk op de organisaties”, zegt Hooijberg. “Ook daarin willen wij faciliteren. In ons digitale artikelbestand kunnen we alle prijzen snel opnemen, en indien nodig ook de prijs die eraan komt. Het is mogelijk voor producenten om die data met één druk op de knop naar ons sturen. Daarin zijn enorme stappen gemaakt. We zijn met elkaar aan het bouwen. Het is wel een uitdaging in deze tijd door de snelle prijs- en beschikbaarheidsontwikkelingen. Vroeger moesten we de prijzen één keer per jaar aanpassen, nu vrijwel elke week. Om onze klanten optimaal geïnformeerd te houden, hebben we iemand aangesteld die het digitale artikelbestand up-to-date houdt.”



Mark Hooijberg begon vorig jaar als directeur van inkooporganisatie Coninko.

VERANDERENDE MARKT

Hooijberg: “De markt is complexer en veeleisender geworden. Er zijn voortdurend ontwikkelingen op het gebied van wet- en regelgeving, duurzaamheid, digitalisering, nieuwe verdienmodellen et cetera. De leveranciers zijn groter geworden. Voor individuele dakdekkersbedrijven is het daardoor moeilijk om alles bij te houden, mee te blijven doen en gesprekspartner te blijven. Hoe groot je ook bent, je hebt behoefte aan samenwerking met gelijkgestemden. Om kennis te delen. Wie niet kan delen, kan ook niet vermenigvuldigen. Dat is een cliché, maar we geloven er absoluut in. Niemand is op onze markt zo dominant dat hij er alleen maar op achteruit kan gaan door samenwerking: iedereen heeft voordeel van optrekken met leverancierspartners. Ik ben ervan overtuigd dat het steeds moeilijker wordt om alleen op te blijven trekken.”

“Het doel is om de eindklanten samen te bedienen, met ons drieën: de leverancier, de dakdekker en Coninko.”



Hooijberg presenteert het nieuwe businessplan 'Samen Succesvol'.

Coninko is inmiddels gegroeid van 17 naar 20 deelnemende bedrijven. "We focussen ons op professionele dakdekkersbedrijven, die een bepaalde schaalgrootte en een bepaald niveau van professionaliteit en automatisering hebben, met een meer dan regionale functie. Bedrijven die nieuwbouw en renovatie verzorgen, met alle dakdeksystemen die beschikbaar zijn", licht Hooijberg toe.

ONTMOETEN

"De klanten van Coninko vormen een gemêleerde club.

Sommige dakdekkersbedrijven zijn heel innovatiegericht, andere juist risicomijdend. Als je die met elkaar in gesprek brengt, kan dat tot mooie dingen leiden. Vergelijk het met uit eten gaan: je kunt uitgebreid zoeken op websites met reviews van restaurants, maar als een vriend je een restaurant aanraadt, dan hecht je daar meteen veel waarde aan. Zo werkt het ook hier. Als iemand een innovatietraject heeft gevolgd en erover vertelt, geeft dat inspiratie aan andere bedrijven die misschien minder geneigd waren te innoveren. Dát willen we bij Coninko meer gebruiken."

Een manier om dat te gebruiken, zijn de Coninkodagen. "Die zijn twee keer per jaar, in april en in oktober. Op 21 april waren er voor het eerst vier leveranciers bij, die hun ontwikkelingen presenteerden aan de bedrijven. Zo krijg je meer interactie. Een belangrijk aspect van de Coninkodagen is ook dat dakdekkersbedrijven elkaar ontmoeten, waardoor ze van elkaar kunnen leren en kunnen overleggen. Onze klanten zien het belang ervan: één klant was verhinderd, maar verder was de opkomst volledig."

OLIFANTEN

De ambitie van Coninko is om met minstens 50% te groeien, zegt Hooijberg. "Groeï is belangrijk, want de leveranciers worden door concentratie steeds groter. Alleen als wij ook voldoende omvang hebben, kunnen we een serieuze partner van de leveranciers blijven op het gebied van operatie, innovatie en digitalisering. Olifanten vrijen met olifanten." Een andere ambitie is om de werkzaamheden uit te breiden van de platte daken naar ook de hellende daken. "We zien namelijk dat de eindklant graag zakendoet met één partner. We richten ons daarbij op de projectmatige kant, niet op de afzonderlijke materialen als riet, lei of dakpannen."

"De kern van Coninko is partijen verbinden", besluit Hooijberg. "We zijn met een enthousiast team vol ideeën. We laten ons meer zien, via onze nieuwe website en bijvoorbeeld LinkedIn. Coninko heeft een omvang waardoor we een digitaal artikelbestand kunnen bieden, waarvan het niet uitmaakt of een leverancier er met honderd of tienduizend artikelen in staat. Wij maken het de dakdekkersbedrijven daarmee veel makkelijker. Het liefst zouden we tegen de dakdekkersbedrijven zeggen: post van leveranciers heb je niet meer nodig, wij zorgen dat je alle benodigde informatie bij elkaar hebt. Dat geeft rust en overzicht aan onze klanten. Daar werken we samen naartoe." ■

Dit artikel kunt u lezen op www.roofs.nl



"De klanten van Coninko vormen een gemêleerde club. Sommige dakdekkersbedrijven zijn heel innovatiegericht, andere juist risicomijdend."