



Verwachting klantgroep Detailhandel en klein Retail

Maart 2011

1. Inhoud

In dit klantprofiel voor het marktsegment Detailhandel en klein Retail is omschreven wat deze specifieke klantgroep verwacht van een koeltechnisch installatiebedrijf, wat de trends en ontwikkelingen zijn in deze markt en wat de marktomvang is van dit segment. Met de informatie in dit klantprofiel kunt u uw bedrijfsvoering zo goed mogelijk afstemmen op de specifieke kenmerken van de markt waarin u opereert. Het biedt u inzicht in de markt zodat u kunt vaststellen waar voor uw bedrijf de kansen liggen.

2. Definitie segment

Onder detailhandel en klein retail worden winkels bedoeld die producten en diensten voor persoonlijk gebruik leveren aan consumenten. In dit segment heeft koeling vooral te maken met het koelen van producten en het creëren van een aangenaam binnenklimaat voor klanten. Grote supermarktketens passen niet binnen deze segmentering.

3. Algemene ontwikkelingen

3.1 Technologische ontwikkelingen

Bedrijfsvoering digitaliseert (bijvoorbeeld: buitendienst werkt met PDA's, orderbonnen worden digitaal gestuurd en verwerkt, GPS systemen voor service en onderhoud, etc.)

3.2 Maatschappelijke ontwikkelingen

Duurzaamheid (energiereductie, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, Duurzaam inkopen door de overheid, etc.), Publiek private initiatieven en puur private initiatieven

3.3 Politieke ontwikkelingen

Subsidies, investeringsmogelijkheden, wetgeving/richtlijnen, etc. (subsidie op warmtepompen?)

3.4 Sociale ontwikkelingen

Balans werk-privé (thuiswerken, ouderschapsverlof, etc.)

4. Specifieke trends en ontwikkelingen

4.1 Klantrelatie

Het segment Detailhandel/Retail (klein) bestaat uit winkels die veelal verse producten verkopen met een beperkte houdbaarheid. Denk aan groentewinkels, vis, slagerijen, poeliers, ijswinkels, kaas- en delicatessenwinkels, gebak en chocolade.

De opdrachtgever in deze branche zoekt een installateur die past bij de gevarieerde wens van de kleine detaillist in koeling, presentatie en advies. De term 'ontzorgen' voert de boventoon in dit marktsegment. Dit geldt voor alle fases, van de voorbereiding van een winkelplan tot en met het onderhoud. Men heeft koeling nodig en gaat er van uit dat



de apparatuur zonder veel aandacht en inspanning functioneert. Men vertrouwt op de installateur.

4.2 Profiel van de kleine detaillist

De detaillist ondervindt grote concurrentie van de supermarkten. Hierdoor wordt hij gedwongen om in zijn aanbod een aansprekend voordeel te bieden en de kosten te beheersen. Voor veel detaillisten is de verkoopbalie een koeltoonbank. Deze toonbank is een belangrijk basiselement in de winkel en bepalend voor de uitstraling. Tevens bepaalt de toonbank de hoeveelheid arbeid die nodig is voor het afhandelen van klanten en de hoeveelheid schoonmaakwerk.

Om weerstand te kunnen bieden aan de concurrentiekracht van de supermarkt zoekt de detaillist oplossingen om schaalvoordelen te behalen, zonder de autonomie te verliezen. Vaak wordt gekozen voor samenwerking. Deze samenwerking kan verschillende vormen hebben. Geen van de onderzochte detaillisten bleek volledig zelfstandig zonder samenwerkingsverband. Denk aan:

- **Franchiseformule.** Hierin worden zelfstandige ondernemers ondersteund in het Formule Management, de assortiment opbouw, reclame en promotie en opleiding en training. De franchisegever gebruikt het inkoopvolume voor het maken van afspraken met toeleveranciers.
- **Filiaalbedrijf.** Dit is een zelfstandige detaillist, die in staat is om een eigen, unieke, positie op te bouwen te midden van het overige winkelaanbod. Een formule die zichzelf bewezen heeft, wordt op een andere locatie gekopieerd. Zo ontstaan kleine winkels van één eigenaar.
- **Samenwerking op basis van gelijke afkomst.** Bijvoorbeeld boerderijwinkels die samenwerken om bij lokale en de provinciale overheden ondersteuning te krijgen voor hun initiatieven. Dit zijn bijvoorbeeld de afgifte van vergunningen, het opzetten van een bedrijf of financiële ondersteuning voor promotie.
- **Voorwaartse integratie.** Dit werd onder andere aangetroffen bij een groentewinkel, die eigendom is van een groothandel in groente en fruit. Deze organisatie heeft in totaal bijna 100 filialen.

4.3 De rol van de installateur

In de detailhandel zijn de kosten voor koeling, na personeel en huisvesting, vaak de grootste vaste kostenpost.

De afhankelijkheid van de koeling voor het bereiden, opslaan en presenteren van de producten is groot. Van de installateur wordt verwacht dat hij eerlijke voorlichting geeft en de klant ondersteunt in het optimaliseren van de koeltechnische vraagstelling. Hierbij gaat het in de winkel vaak om:

- presentatie van de producten;
- aankleding van de winkel, in overeenstemming met het gewenste imago;
- eenvoudig kunnen vullen en etaleren;
- makkelijk schoonmaken;
- duurzaam, lange levensduur en blijvend goed uiterlijk;
- meedenken in winkelconcept;
- maatwerk met betrekking tot de vorm, prestatie en afwerking;
- acceptabele prijzen;
- goede ondersteuning bij ontwerpen, installatie, onderhoud en reparatie;
- lage onderhoudskosten.

4.4 Inkoopmacht en samenwerking

Door samenwerking organiseert de opdrachtgever inkoopmacht. De centrale opdrachtgever kan door zijn toegenomen omvang voorwaarden en eisen stellen aan de installateur. Dit kan bijvoorbeeld een eenmalig ontwerp zijn en betaling van een standaardinrichting van een winkel. Het ontwerp kan dan niet voor iedere deelnemende winkel in rekening worden gebracht. Of het grootschalig inkopen van een type koelvitrine en afnemen van veel onderhoudsuren.

4.5 Professionalisering inkoop

De samenwerking van detaillisten heeft tot gevolg dat binnen deze groepen de taken worden verdeeld naar interesse of expertisegebied. De installateur zal dus steeds vaker te maken krijgen met bijvoorbeeld een financieel specialist of een bouwkundige, die goed onderlegd is in de koel- en klimaattechniek.

4.6 Aantal opdrachtgevers neemt af, omzet per klant wordt groter

Door de samenwerkingsvormen neemt het aantal opdrachtgevers af. Het samenwerkingsverband zoekt mogelijkheden om de prijzen te beïnvloeden en betere condities te bedingen. Er worden levering overeenkomsten gesloten voor apparatuur en onderhoud. In lichte vormen van samenwerking wordt gewerkt met voorkeursleveranciers. Hierdoor wordt het voor een lid van het samenwerkingsverband eenvoudiger een leverancier te vinden en een keuze te maken.

4.7 Totaalleverancier

Winkelinrichting wordt door een aantal opdrachtgevers gezien als een specialisme. Het rendement van de winkel is afhankelijk van de hoeveelheid arbeid die moet worden verricht en het optimaal gebruik van oppervlakte. Deze groep opdrachtgevers werkt graag samen met een totaalleverancier, die betrokken is bij het ontwerp, de regie voert bij de uitvoering en de totale winkel levert.

4.8 Delen van ervaringen

Samenwerkende winkeliers communiceren onderling over hun ervaringen met toeleveranciers. Individuele ervaringen met de installateur die voor deze samenwerkingsgroep werkt, worden die van het collectief. Negatieve bevindingen gaan sneller door de organisatie dan positieve, want deze laatste worden als vanzelfsprekend gezien.

5. Verwachtingen van de klant

De opdrachtgever zoekt in zijn installateur iemand die zich inzet om de koeltechnische systemen voor hem te plaatsen en te onderhouden. De gedacht is dat de installateur de zorg voor de installatie op zich neemt.

Er zijn twee belangrijke groepen te onderscheiden:

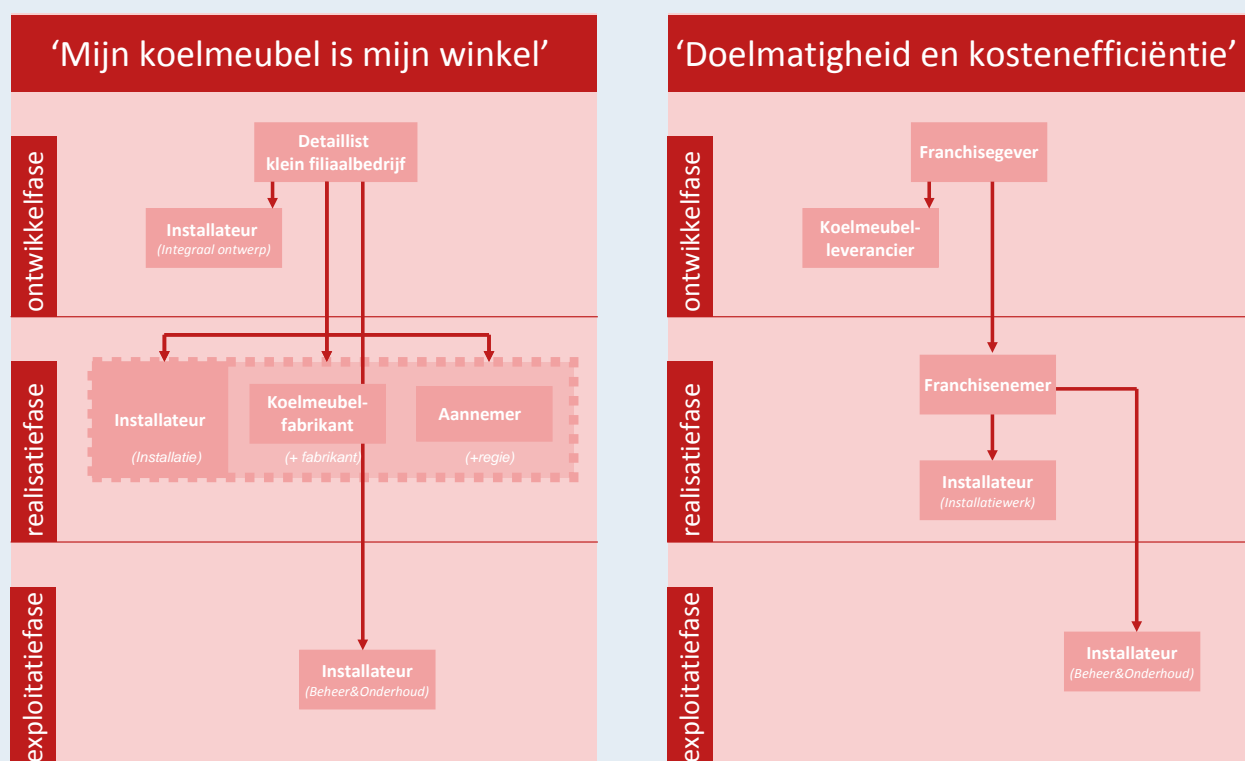
Type 1: 'Mijn koelmeubel is mijn winkel' en

Type 2: 'Doelmatigheid en kostenefficiëntie'.

Type 1 verwacht van zijn installateur een ontwerp dat aansluit bij het gewenste imago zoals de detaillist dit heeft bedacht. Veelal bestaat de oplossing uit een Design koelmeubel, geheel ontworpen en op maat gemaakt voor de winkel en bij het assortiment. Dit type detaillist is zich ervan bewust dat de koeltoonbank allesbepalend is voor de presentatie en sfeer in zijn winkel. De installateur die in staat is om een integraal ontwerp te maken voor de winkel en de logistiek, en de volledige verbouwing kan uitvoeren of coördineren, heeft in toenemende mate een voorsprong op zijn collega's. De detaillist zoekt een turnkey-oplossing voor zijn winkel, passend binnen de formule.

Type 2 verwacht van zijn installateur een op kosten gedreven instelling. De opdrachtgever waardeert initiatieven, zoals geïnformeerd worden over buitenkansjes. Bijvoorbeeld een aanbod van overjarige modellen tegen aantrekkelijke prijzen. Of het verlengen van de technische levensduur van een systeem, door bijvoorbeeld slimme onderhoudsschema's die kosten besparen en geen nadelige gevolgen hebben voor de werking en prestatie van het koelsysteem.

5.1 Overzicht partijen



5.2 Verwachtingsmatrix

Een belangrijke ontwikkeling die uit onderstaande verwachtingenmatrix is af te lezen is dat de detailhandel vraagt om een installateur die dicht tegen zijn bedrijfsvoering aanzit. Een organisatie die zich kan verplaatsen in de specifieke bedrijfssituatie van de winkel(keten) en de daaruit voortkomende vraag m.b.t. koeltechniek kan vormgeven. De basis voor een succesvolle relatie met deze opdrachtgevergroep ligt in het vermogen

de klantwens te begrijpen in de context van de markt en de bedrijfsformule. De installateur is in staat om de organisatie en dienstverlening zo in te richten dat hij als het ware een verlengstuk is van de detaillist; een collega op afstand.

	Inleving	Arbeid	Kennis	Borging	Reactietijd	Reputatie
Advies	3	0.5	3	0	0	1
Ontwerp	3	0.5	3	0	0	2
Installatie	2	2	1.5	1.5	2	2.5
Reparatie & Onderhoud	3	1	3	1.5	3	1.5

Waargenomen behoefte groot	Waargenomen behoefte matig	Waargenomen behoefte laag
----------------------------	----------------------------	---------------------------

De installateur wordt de opdracht gegund, indien hij kan voldoen aan een aantal verwachtingen die in het oordeel van de opdrachtgever essentieel zijn. Deze verwachtingen zijn in de verwachtingenmatrix hierboven met groen aangegeven. Deze groene gebieden geven aan dat de waargenomen behoefte, ofwel het niveau van de gestelde eisen, m.b.t. deze aandachtsgebieden bij de opdrachtgevers hoog is. Hieronder volgt een toelichting op de belangrijkste aandachtsgebieden.

5.3 Inleving

De verwachtingen van afnemers ten aanzien van inleving concentreren zich rond vragen als "Weet de installateur wat ik wil?", "Weet hij hoe mijn processen in elkaar steken en hoe ik bediend wil worden?" en "Kan hij mij in begrijpelijke taal te woord staan?".

- Denk en handel vanuit het belang van de klant.
- Houding moet passen bij klant.
- Een invulling van de verwachtingen t.a.v. inleving moet gevonden worden in:
 - het maken van de vertaalslag naar de denk- en beleavingswereld van de klant.
 - het begrijpen van de bedrijfssituatie van de detaillist
 - deze kunnen vertalen naar organisatorische en uitvoerende aspecten.

De installateur wordt gezien als partner op afstand. Eenvoudig te bereiken, begrijpt de vraag zonder veel uitleg, is bereid in actie te komen en wat extra te doen wanneer er een beroep op hem wordt gedaan.

Inleving		
<i>Verwachting eindgebruiker</i>	<i>Mogelijke invulling</i>	<i>Aandachtsgebied kennis en training</i>
Begrijpt mijn situatie en kan deze vertalen naar passend concept.	Weet juiste vragen te stellen	Adviesvaardigheden Presentatietechnieken Ontwikkelingen binnen branche Kennis verdienmodellen detailhandel
	Voorbeeld templates lay-out winkels Rekenmodel ter beoordeling van opties Referenties met gerealiseerde prestaties	Tekenprogramma 3-D presentaties Rekenmodel Toonzaal Referentieprojecten Informatie op website
Installateur is mijn oren en ogen in de koeltechniek en houdt mij op de hoogte van relevante ontwikkelingen.	Nieuwsbrief	Produceren van digitale nieuwsbrieven
	Website	Content management systeem website
	Bezoek Deelname beurzen	Beurstraining Response verwerking
Adviseert proactief op gebied van kostenverlaging	Proactief informeren	Vertalen van technologie naar detailhandel Bijhouden vakliteratuur Actieve contacten met producenten
Deugdelijke apparatuur	Werken met goede componenten en goede betrouwbare service. Staan voor de belangen van de eindgebruiker	Afspraken met producenten en toeleveranciers Audits op gebied van kwaliteit en continuïteit

5.4 Arbeid

Bij arbeid gaat het om mensen en de hoeveelheid menskracht die de installateur tot zijn beschikking heeft. "Zijn er voldoende mensen met de juiste kwalificaties voor de uitvoering van het werk?"

De opdrachtgevers kijken hierbij naar flexibiliteit en vindingrijkheid: het om kunnen gaan met aanpassingen van bijvoorbeeld een koelmeubel in een kaaswinkel. De factor arbeid kan ook ingevuld worden door het inhuren van gekwalificeerde mensen. Het zwaartepunt van de verwachtingen van de factor arbeid liggen bij de activiteiten Installatie en Reparatie en Onderhoud.

Arbeid		
<i>Verwachting eindgebruiker</i>	<i>Mogelijke invulling</i>	<i>Aandachtsgebied kennis en training</i>
Wanneer ik iemand nodig heb, is er ook iemand beschikbaar	Afstemming van personeel op verwachte vraag Flexibiliteit bij medewerkers Planning en forecasting Kennis situatie opdrachtgever	HRM Opbouwen band personeel Verwachtingen matchen bij opdrachtgever Overzicht onderhandenwerk
Kennis en ervaring voldoende om werk te verrichten: • Installatie • Onderhoud • Verhelpen van storingen	Dossier kennis en ervaring medewerkers Inzet medewerkers op basis van benodigde competenties voor opdracht Allround monteurs	Vaktechnische opleidingen Bijhouden van kennis en vaardigheden Systeem voor registratie competenties personeel
In één bezoek is het werk verricht. Men hoeft niet terug te komen voor ontbrekende onderdelen	Vorbereiding op uit te voeren werkzaamheden Logistiek afgestemd op vraag	Kennis van mogelijk aan te treffen situaties Calamiteiten sets Time management Planning optimalisatie Historische gegevens Logistiek

5.5 Kennis

Kennis gaat een stapje verder dan de kwalificaties van mensen. De vraag die de klant zichzelf stelt is: "Beschikt de installateur, of kan hij beschikken, over voldoende kennis en kunde om mijn vragen goed te kunnen begrijpen en te beantwoorden?". Detaillisten die hun installaties zien als centrum van de bedrijfsvoering, doen niet alleen een beroep op de technische kennis over de installaties, maar verwachten dat de installateur ook de winkellogistiek, het bedienen van klanten, het beheersen van personeelskosten meeneemt in een integrale oplossing. Het doorrekenen van verschillende inrichtingsvoorstellen kan behoort tot de benodigde kennis.

Kennis		
<i>Verwachting eindgebruiker</i>	<i>Mogelijke invulling</i>	<i>Aandachtsgebied kennis en training</i>
Kennis van mijn business zodat ik snel begrepen wordt wanneer ik een nieuwe inrichting wil	Kennis van de kleine detailhandel, al dan niet georganiseerd via een vorm van samenwerking De belangrijkste en herkenbare elementen van de betreffende detailhandel kennen en benoemen. Op branche toegesneden aanpak	Inkooppolitiek herkennen en op anticiperen Bijhouden van branche informatie Taal van de ondernemer spreken Aanbod differentiëren naar type afnemer
Kennis van de verschillende opties van oplossingen en hoe daar een onderbouwde keuze uit te maken.	Kunnen bedenken van alternatieve oplossingsrichtingen Afweging van oplossingen tegen doelstelling opdrachtgever Kunnen overbrengen mogelijkheden en selectieproces	Morfologische kaart House of Quality (QFD) Total cost of ownership Business case Communicatie
Kennis van mijn systemen waardoor het onderhoud en de reparaties vakkundig worden uitgevoerd	Klant systeem Onderhoudsplan Personeelssysteem	Vakopleiding Kennis van en ervaring met merk en type Installatie Training

5.6 Borging

Met borging zoekt de klant zekerheid bij de uitvoering. De cruciale vraag voor hem is: "Beschikt mijn installateur over systemen en de mentaliteit, die het nakomen van de afspraken en de kwaliteit van de resultaten zeker stellen?".

De borging bij dit type opdrachtgever ligt veelal meer in de vertrouwensband, die wordt opgebouwd dan in zware, las rigide ervaren, kwaliteitssystemen. De borging komt tot uiting in gesprekken en het beantwoorden van vragen. Schriftelijke bevestiging van afspraken en daadwerkelijk nakomen van afspraken zijn belangrijke meetpunten.

- Schriftelijke overeenkomsten;
- nakomen van afspraken;
- evaluaties van uitgevoerde werkzaamheden.

Borging		
<i>Verwachting eindgebruiker</i>	<i>Mogelijke invulling</i>	<i>Aandachtsgebied kennis en training</i>
Nakomen van afspraken	Persoonlijk commitment Afspraken bevestigen Melding van afwijkingen	Betrokkenheid Communiceren Vastleggen en documenteren
Competenties van medewerkers	Voldoende opgeleid personeel Planner heeft kennis van werk en medewerkercompetenties	HRM Persoonlijke ontwikkelingsplannen Kennismangement
Kennis en ervaring om problemen op te lossen	Naast theoretische kennis ook praktijkkennis.	Mentaliteit om zaken op te lossen

5.7 Reactietijd

Serviceverlening wordt door de detaillist er op prijs gesteld. Een soepele manier om zijn vragen beantwoord te krijgen en afspraken te maken is een van de aspecten waar de detaillist op let bij de keuze van zijn installateur. Ook bij de beoordeling van 'klanttevredenheid' is dit aspect zwaarwegend. Service level agreement maken (SLA).

Reactietijd		
Verwachting eindgebruiker	Mogelijke invulling	Aandachtsgebied kennis en training
Mensen beschikbaar wanneer ik ze nodig heb.	Personele indeling op basis waarvan gemaakte afspraken kunnen worden nagekomen.	Planning methodiek Risico inventarisatie Klantgerichtheid

5.8 Reputatie

De vraag "Staat de installateur bij mij bekend als goede leverancier?" wordt meegewogen in de beoordeling van een toeleverancier. Belangrijke criteria die daarbij door opdrachtgevers zijn genoemd, zijn onder meer: omvang, goede naam, specialisme, innovatief, komt afspraken na, goede kwaliteit, kan grote klus goed uitvoeren, trackrecord.

Reputatie		
Verwachting eindgebruiker	Mogelijke invulling	Aandachtsgebied kennis en training
De installateur staat voor zijn afspraken.	Eerlijkheid Contractuele overeenkomst met wederzijdse verplichtingen Referenties	Verwachtingenmanagement
De installateur kan onderbouwen een solide organisatie te zijn	Inzicht geven in operatie Inzicht geven in beleid Continuïteit	Public relations Publicaties Netwerken

6. Marktomvang*

6.1 Aantal bedrijven

Het aantal bedrijven actief in koudetechniek is 615

Het aantal bedrijven actief in commerciële koeling stekkerklaar is 254

Het aantal bedrijven actief in commerciële koeling niet-stekkerklaar is 378

Het aantal bedrijven actief in industriële koeling is 338

Het aantal bedrijven actief in koeltechnische componenten is 289

Het aantal bedrijven actief in klimaatbeheersing is 1148

Het aantal bedrijven actief in airconditioning voor de klein zakelijke markt is 948

Het aantal bedrijven actief in grote airconditioners voor zakelijk gebruik is 734

Het aantal bedrijven actief in warmtepompen voor verwarmen en koelen is 723

Het aantal bedrijven actief in warmtepompen voor alleen verwarmen is 308

6.2 Jaaromzet

De totale jaaromzet koudetechniek is € 868 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling stekkerklaar is € 107 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling niet-stekkerklaar is € 193 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling stekkerklaar in detailhandel is € 17 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling niet-stekkerklaar in detailhandel is € 25 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling stekkerklaar in supermarkten is € 21 miljoen

Jaaromzet commerciële koeling niet-stekkerklaar in supermarkten is € 33 miljoen

De totale jaaromzet klimaatbeheersing is € 1,796 miljard

Totale jaaromzet Retail (m.u.v. warmtepompen) is € 89 miljoen

Jaaromzet retail klein zakelijke markt is € 65 miljoen

Jaaromzet retail grote airconditioners zakelijk is € 24 miljoen

6.3 Marktprognose

Wat betreft productkoeling verwacht 50% een omzetstijging in commerciële koeling stekkerklaar en niet-stekkerklaar. Deze stijging is met name gerelateerd aan een verwachte aantrekkende economie.

Wat betreft de omzetverwachtingen in klimaatbeheersing wordt vooral in het segment warmtepompen een stijging verwacht in de komende twee jaar. Zo'n 60 procent van de bedrijven denkt dat de omzetten in het segment warmtepompen voor koelen en verwarmen stijgen. Ook in andere segmenten (grote airconditioners en warmtepompen voor alleen verwarmen) wordt bijna door de helft van de bedrijven een omzetstijging verwacht.

* Bron: Marktonderzoek NVKL 2010