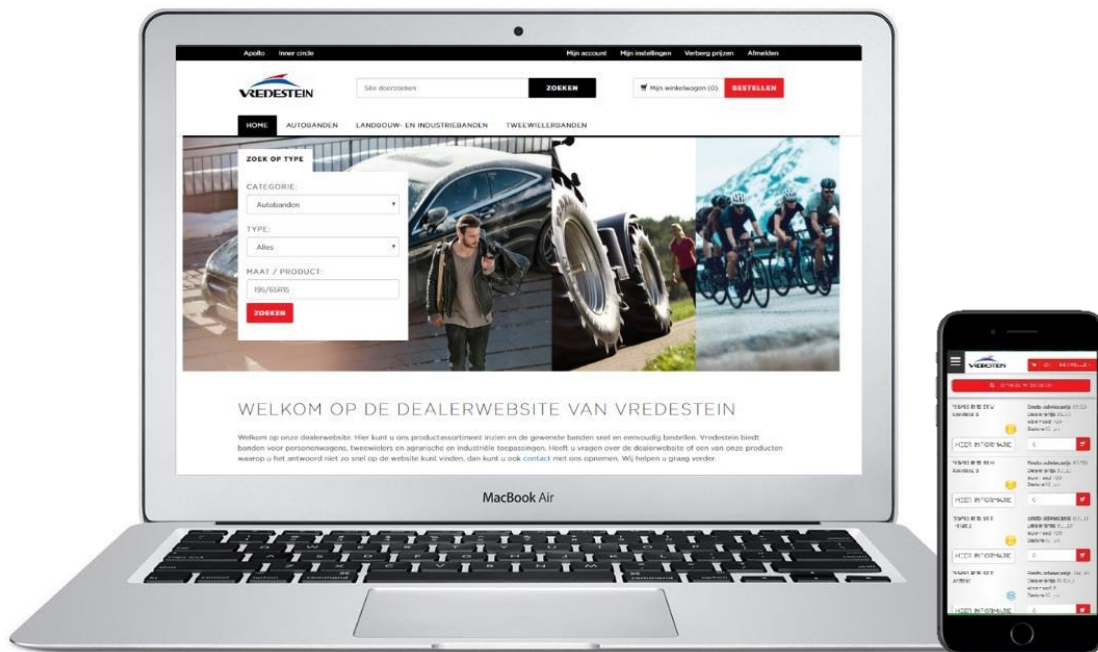


# Afstudeerscriptie

## Onderzoek naar het optimaliseren van het B2B e-commerce platform van Apollo Vredestein



**Auteur: Bas Soetekouw - 346224**

**Eerste lezer: L. Keupink  
Tweede lezer: D. Zipper  
Saxion University of Applied Sciences**

**Amsterdam, 9 juni 2017**

# Titelpagina

**Werktitel**

Scriptie: onderzoek naar het optimaliseren van het B2B e-commerce platform van Apollo Vredestein

**Auteur**

B.F.C. Soetekouw – 346224

**Instituut**

Saxion University of Applied Sciences

**Academie en opleiding**

Academie Bestuur Recht & Ruimte

Bedrijfskunde management economie en recht (MER)

**Bedrijf opdrachtgever**

Apollo Vredestein BV

Herikerbergweg 5

1101 CN Amsterdam

**Praktijkbegeleider Apollo Vredestein**

Dhr. Ton Coppus

Marketing Manager Communications Region Europe & Americas

ton.coppus@apollovredestein.com

**Schoolcoach en eerste lezer Saxion University of Applied Sciences**

Dhr. Luuk Keupink

Docent / onderzoeker

l.b.f.keupink@saxion.nl

**Tweede lezer Saxion University of Applied Sciences**

Mevr. Daphne Zipper

Docent / onderzoeker

d.a.zipper@saxion.nl

**Datum van publiceren**

9 juni 2017

**Plaats van publiceren**

Amsterdam, Nederland

## Management summary

In opdracht van Saxion University of Applied Sciences en Apollo Vredestein B.V. is onderzoek gedaan naar de wijze waarop Apollo Vredestein invulling moet geven aan de positionering van haar B2B-platform. Dit moet leiden tot een omzetgroei van 20 procent door stijging van de ordergroottes en stijging van de gebruikersaantallen. Door middel van bureau- en veldonderzoek is data verzameld over het huidige marketingbeleid, de klanten, de markt en de concurrenten.

Apollo Vredestein heeft een rijke geschiedenis, aangezien zij al sinds 1908 rubberproducten produceert. Na veel overnames en verhuizingen heeft ze in 1946 haar productiefaciliteit in Enschede opgericht. Sinds 2009 is Apollo Vredestein overgenomen door het Indiase Apollo Tyres. Het overgrote deel van de productie vindt plaats in het Nederlandse Enschede. Binnen deze productiefaciliteit worden hoogwaardige banden onder de merknamen Apollo en Vredestein ontwikkeld, geproduceerd en verkocht. Door forse investeringen is de productiecapaciteit uitgebreid tot ruim 6 miljoen zomer-, winter- en vierseizoenenbanden. Deze banden worden verkocht via de vertegenwoordigers en binnendienst van Apollo Vredestein, alsmede via haar B2B-platform.

Uit onderzoek is gebleken dat het B2B-platform van Apollo Vredestein snelheid en functionaliteiten mist. Door de forse concurrentie is het essentieel dat het platform goed is ingericht. Op dit moment heeft deze concurrentie haar platformen beter ingericht, waardoor klanten van Apollo Vredestein bij deze concurrenten bestellen indien het platform van Apollo Vredestein niet goed werkt. De snelheid wordt reeds verbeterd, dus zal geen deel uitmaken van het advies in deze scriptie.

Om een omzetstijging van 20 procent te kunnen realiseren wordt geadviseerd om de voorraadstatus te verbeteren. Als gevolg van de huidige status geven veel klanten aan producten bij groothandelaren te kopen. Dit heeft over het algemeen betrekking tot de populaire bandenmaten. Deze schakel in de supply chain, in combinatie met de IT-afdeling van Apollo Vredestein, moet zorgen dat de producten op voorraad zijn en juist worden weergegeven op het bestelplatform. Deze verbeteringen zullen de continuïteit van het B2B-platform verhogen.

Het huidige bestelproces bestaat uit te veel stappen voor bestellen. Door het integreren van een quick order wordt het mogelijk om de huidige stappen te verminderen. Dit dient in de lijstweergave en op de productpagina geïmplementeerd te worden. Deze functionaliteit moet beschikken over een mogelijkheid om referenties in te vullen.

Om meer inkomsten te realiseren wordt advies aangedragen omtrent het instellen van een loyalty-programma. Een dergelijk programma koppelt gewenste gedragingen van klanten aan een beloning. Bij het bereiken van een bepaald aantal spaarpunten krijgt de klant een incentive toegezonden. Dit programma moet duidelijk, helder en transparant zijn. Overzichtelijke en haalbare doelen moeten bereikt kunnen worden door de klanten. Deze doelen kunnen na het behalen uitgebreid worden, zodat het voor de klanten interessant blijft. Naast een loyalty-programma kunnen aanbiedingen en (staffel)kortingen bijdragen aan meer inkomsten. Producten die verouderd zijn of te veel op voorraad liggen, zouden aangeboden worden voor lagere prijzen of met kortingen verkocht kunnen worden.

De klanten van Apollo Vredestein geven aan dat de invulling van het B2B-platform verbeterd kan worden. Aanbevelen wordt om aankoopgeschiedenis weer te geven in een banner of carrousel op het platform. Toevoegingen hieraan zijn de meest bestelde en beste producten. Ook dienen de sorteermogelijkheden verbeterd te worden in de lijstweergave. Tot op heden is niet alle informatie te sorteren. Informatie als (afgesproken) prijzen, beschikbaarheid en leverdata vallen hieronder. Door deze functionaliteit te implementeren wordt voor de klanten de mogelijkheid geboden om producten op goedkoopste prijs te sorteren, beschikbare producten te sorteren en snelst leverbare producten te sorteren. Dit verhoogt het gebruiksgemak voor de klanten. Een andere vorm van informatievoorziening die duidelijkheid moet scheppen voor de klanten, betreft het bieden van mogelijkheden van e-mails met bestelinformatie. E-mails met verwachte leveringen van Apollo- en Vredestein-banden per dag en e-mails bij veranderingen in leverdata moet de informatievoorziening verhogen. Door het personaliseren van het platform is het voor de klant mogelijk het B2B-platform persoonlijk in te richten. Hierbij wordt geadviseerd een persoonlijke calculator te implementeren. Deze calculator kan in de vorm van een call-to-action op de website komen en zal marges voor de klanten berekenen. Een bijkomende call-to-action die aangeraden wordt, moet een te printen overzicht weergeven met informatie over bestellingen. De informatie die weergegeven wordt betreft de bestelde producten en alle informatie over deze bestelde producten. Het filteren van banden of bestellingen zal het overzicht verhogen.

Ontwikkelingen van het B2B-platform moeten continu verricht worden. Om dit te kunnen garanderen wordt aanbevolen om periodieke brainstormsessies met klanten te organiseren. De brainstormsessies moeten zorgen voor feedback van klanten die het platform dagelijks gebruiken. Voor Apollo Vredestein is het waardevol om feedback te ontvangen, waarmee verbeteringen doorgevoerd kunnen worden.

Het digitaal ondersteunen van klanten kan een stijging van de klanttevredenheid tot gevolg hebben. Geadviseerd wordt om deze ondersteuning te bieden door middel van een live chat en blogs. De applicatie Intercom die op het B2B-platform van

Apollo Vredestein ingesteld is, biedt een live chat aan. Door de functie van live chat te gaan gebruiken kan actief gereageerd worden op vragen van klanten. Het schrijven van blogs met daarin informatie over Apollo Vredestein, haar banden en gerelateerde onderwerpen, kan de betrokkenheid van de klanten verhogen. Dit biedt ook mogelijkheden om verkooptips, trainingen of informatie over verbeteringen in de vorm van korte filmpjes te delen.

De informatievoorziening voor de klanten kan verder uitgebreid worden door de informatie over de producten te verhogen. Aanbevolen wordt om op de productpagina informatie toe te voegen, zoals de afrolomtrek van de band, het gewicht van de band, EAN-nummer en DOT-codes. Dit maakt het voor de klanten makkelijker en sneller om het juiste product te vinden.

## Voorwoord

In opdracht van Apollo Vredestein B.V. ben ik, Bas Soetekouw, gevraagd om een onderzoek te verrichten. Deze scriptie heeft betrekking tot het B2B-platform van Apollo Vredestein. Uit de resultaten van dit onderzoek moet duidelijk worden welke aanpassingen of toevoegingen Apollo Vredestein moet verrichten aangaande haar strategie. Deze veranderingen moeten binnen één jaar leiden tot een omzetsijging van 20 procent van haar B2B-platform. De omzetsijging moet door stijging van de ordergroottes en stijging van de gebruikersaantallen komen.



Voor u ligt de scriptie die als onderdeel dient voor het afstuderen van Saxion University of Applied Sciences. Voor de opleiding Bedrijfskunde MER heb ik dit geschreven in een periode van 20 aaneengesloten weken. In deze scriptie worden onder andere de uitkomsten van de resultaten uit het bureau- en veldonderzoek weergegeven. Deze resultaten hebben betrekking tot het huidige marketingbeleid van Apollo Vredestein, de klanten, de markt en de concurrenten.

In het eerste hoofdstuk van dit rapport wordt een inleiding gegeven van het onderzoek. Om een beter beeld van Apollo Vredestein te krijgen, staat een korte bedrijfsomschrijving beschreven in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 3 en 4 geven inzicht in het theoretisch kader en de methode van onderzoek. De interne analyse die verricht is om het huidige marketingbeleid in kaart te brengen komt in het vijfde hoofdstuk van deze scriptie aan bod, gevolgd door de externe analyse in de hoofdstukken 6, 7 en 8. Respectievelijk hebben deze hoofdstukken betrekking tot de klanten van Apollo Vredestein, de trends en ontwikkelingen in de markt, en de concurrenten van Apollo Vredestein. In het negende hoofdstuk worden de interne en externe analyse weergegeven in een SWOT-analyse. Deze SWOT-analyse wordt gevolgd door de in hoofdstuk 10 gegeven conclusies, en de aanbevelingen voor Apollo Vredestein in hoofdstuk 11. In hoofdstuk 12 staat een evaluatie beschreven waarin teruggekeken wordt op de onderzoeksopzet en moeilijkheden door bepaalde factoren.

Van deze gelegenheid wordt gebruik gemaakt om de collega's van Apollo Vredestein te bedanken, in het bijzonder dhr. T. Coppus, dhr. W. van Horck en dhr. C. Hudepohl. Ook zou ik de eerste en tweede lezer van Saxion University of Applied Sciences willen bedanken, dhr. L. Keupink en mevr. D. Zipper.

Amsterdam, 9 juni 2017

Bas Soetekouw



# Inhoudsopgave

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Verklarende woordenlijst .....                                            | 9  |
| Hoofdstuk 1 Inleiding .....                                               | 10 |
| 1.1 Aanleiding en relevantie .....                                        | 10 |
| 1.2 Belanghebbenden .....                                                 | 10 |
| 1.3 Afbakening van het onderwerp .....                                    | 10 |
| 1.4 Doelstelling .....                                                    | 11 |
| 1.4.1 Onderzoeksdoelstelling .....                                        | 11 |
| 1.4.2 Praktijkdoelstelling .....                                          | 11 |
| 1.5 Probleemstelling en deelvragen .....                                  | 11 |
| 1.6 Omschrijving van kernbegrippen .....                                  | 11 |
| 1.7 Verwachtingen van uitkomsten en mogelijkheden tot implementatie ..... | 12 |
| 1.8 Vooruitblik scriptie .....                                            | 12 |
| Hoofdstuk 2 Bedrijfsomschrijving .....                                    | 13 |
| 2.1 Informatie Apollo Tyres en Apollo Vredestein .....                    | 13 |
| 2.1.1 Opbrengstsegmentatie .....                                          | 13 |
| 2.1.2 SWOT-analyse Apollo Tyres .....                                     | 13 |
| 2.2 Organisatieonderdelen .....                                           | 14 |
| 2.2.1 Regio's .....                                                       | 14 |
| 2.3 Financiële cijfers .....                                              | 15 |
| 2.3.1 Netto-omzet, nettowinst en EBITDA .....                             | 15 |
| 2.3.2 Liquiditeit en solvabiliteit .....                                  | 15 |
| 2.4 Organisatiecultuur .....                                              | 16 |
| 2.4.1 Bedrijfscultuur .....                                               | 16 |
| 2.4.2 Organisatiestructuur EA .....                                       | 17 |
| Hoofdstuk 3 Theoretisch kader .....                                       | 18 |
| 3.1 Eerder verricht onderzoek .....                                       | 18 |
| 3.2 Verantwoording gebruikte middelen .....                               | 18 |
| 3.2.1 Marketingmix 4 C's .....                                            | 18 |
| 3.2.2 BCG-matrix .....                                                    | 19 |
| 3.2.3 Ansoff-model .....                                                  | 19 |
| 3.2.4 Klantsegmentatie .....                                              | 20 |
| 3.2.5 Nulmeting en productfocus .....                                     | 20 |
| 3.2.6 DESTEP-analyse .....                                                | 20 |
| 3.2.7 Belangrijke concurrenten .....                                      | 21 |
| 3.3 Kernbegrippen .....                                                   | 21 |
| Hoofdstuk 4 Beschrijving en verantwoording onderzoekopzet .....           | 22 |
| 4.1 Verbanden .....                                                       | 22 |
| 4.1.1. Onderzoekstypes .....                                              | 22 |
| 4.1.2 Invulling van het onderzoekstype .....                              | 23 |
| 4.2 Verantwoording .....                                                  | 23 |
| 4.2.1 Interne analyse .....                                               | 23 |
| 4.2.2 Externe analyse .....                                               | 24 |
| 4.2.3 Kwalitatief onderzoek .....                                         | 24 |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.4 Kwantitatief onderzoek .....                                | 24 |
| 4.2.5 SWOT-analyse .....                                          | 25 |
| 4.3 Operationalisering van kernbegrippen .....                    | 25 |
| 4.4 Onderzoekseenheden, populatie, steekproef en benadering ..... | 25 |
| 4.5 Registratie en codering van verzamelde gegevens .....         | 26 |
| 4.6 Data-analyse .....                                            | 26 |
| 4.7 Wijze van weergave en interpretaties van gegevens .....       | 26 |
| 4.8 Bijzonderheden in de opzet .....                              | 26 |
| 4.8.1 Kwalitatief onderzoek .....                                 | 26 |
| 4.8.2 Kwantitatief onderzoek .....                                | 26 |
| Hoofdstuk 5 Interne analyse .....                                 | 27 |
| 5.1 Marketingmix (4 C-model) .....                                | 27 |
| 5.1.1 4 C-model van Vredestein .....                              | 27 |
| 5.2 BCG-matrix .....                                              | 29 |
| 5.2.1 Matrix van Apollo Vredestein .....                          | 29 |
| 5.3 Ansoff Groeimodel .....                                       | 30 |
| 5.3.1 Ansoff groeimodel van Apollo Vredestein .....               | 30 |
| Hoofdstuk 6 Externe analyse: klanten .....                        | 31 |
| 6.1 Bureauonderzoek .....                                         | 31 |
| 6.1.1. Klantsegmentatie .....                                     | 31 |
| 6.1.2 Nulmeting B2B-platform .....                                | 32 |
| 6.1.3 Productfocus .....                                          | 33 |
| 6.2 Data uit kwalitatief onderzoek .....                          | 33 |
| 6.3 Data uit kwantitatief onderzoek .....                         | 35 |
| Hoofdstuk 7 Externe analyse: markt .....                          | 36 |
| 7.1 DESTEP analyse .....                                          | 36 |
| 7.2 Data uit kwalitatief onderzoek .....                          | 38 |
| Hoofdstuk 8 Externe analyse: concurrenten .....                   | 39 |
| 8.1 Concurrenten .....                                            | 39 |
| 8.1.1 Benchmark concurrenten .....                                | 39 |
| 8.2 Groothandelaren .....                                         | 40 |
| 8.2.1 Benchmark groothandelaren .....                             | 40 |
| 8.3 Data uit kwalitatief onderzoek .....                          | 41 |
| 8.3.1 Concurrenten .....                                          | 41 |
| 8.3.2 Groothandelaren .....                                       | 41 |
| Hoofdstuk 9 SWOT-analyse .....                                    | 42 |
| Hoofdstuk 10 Conclusies .....                                     | 43 |
| 10.1 Marketingbeleid .....                                        | 43 |
| 10.2 Klanten .....                                                | 43 |
| 10.3 Trends en ontwikkelingen .....                               | 44 |
| 10.4 Concurrenten en groothandelaren .....                        | 44 |
| Hoofdstuk 11 Aanbevelingen .....                                  | 45 |
| Hoofdstuk 12 Evaluatie .....                                      | 47 |
| 12.1 Gemaakte keuzes .....                                        | 47 |

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| 12.2 Oorzaken en gevolgen van afwijkingen .....                             | 47  |
| 12.3 Relevantie van uitkomsten .....                                        | 47  |
| Literatuurlijst.....                                                        | 48  |
| Bijlage 1 Wereldwijde vertegenwoordiging Apollo Tyres.....                  | 50  |
| Bijlage 2 Geconsolideerde balans Apollo Tyres .....                         | 51  |
| Bijlage 3 Organogram Marketing en Product Management Apollo Vredestei ..... | 52  |
| Bijlage 4 Projectopzet per cluster.....                                     | 53  |
| Bijlage 5 Schematische weergave projectopzet .....                          | 54  |
| Bijlage 6 Interviewvragen .....                                             | 55  |
| Bijlage 7 Kwantitatief onderzoek: conversatie en vragen .....               | 56  |
| Bijlage 8 Getranscribeerde interviews .....                                 | 57  |
| Bijlage 9 Axiaal coderen .....                                              | 94  |
| Bijlage 10 Selectief coderen .....                                          | 116 |
| Bijlage 11 Resultaten uit kwantitatief onderzoek .....                      | 123 |



## Verklarende woordenlijst

|                          |                                                                                                                                           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Apollo Tyres             | Bandenproducent uit Gurgaon, India met een geconsolideerde omzet van bijna € 1,7 miljard.                                                 |
| Apollo Vredestein        | Bandenproducent uit Enschede, Nederland. Overgenomen in 2009 door Apollo Tyres.                                                           |
| Axiaal coderen           | De bij open coderen labels sorteren, zodat dit selectief gecodeerd kan worden.                                                            |
| Back-end (B2B)           | Deel van een platform dat niet zichtbaar is voor de gebruiker van dat platform.                                                           |
| Benchmark                | Vergelijkend onderzoek waarbij de prestaties van organisaties, producten of diensten onderzocht worden en met elkaar vergeleken worden.   |
| Bottleneck               | Bedrijfskundige benaming voor knelpunt binnen een project of proces.                                                                      |
| Call-to-action           | Begrip in de marketing om potentiële kopers na het ontvangen van een reclameboodschap tot specifieke handeling over te halen.             |
| Correleren               | Samenhang tussen variabelen in metingen.                                                                                                  |
| Cross-selling            | Verkopen van andere producten aan bestaande klanten.                                                                                      |
| DOT-codes                | Code die op banden weergegeven wordt, waaruit blijkt welke datum deze geproduceerd is. DOT staat voor Department Of Transportation.       |
| EAN-nummers              | Cijferreeks ter identificatie van een product. EAN staat voor Europees Artikel Nummer.                                                    |
| E-commerce               | Online transacties van verkopen van producten.                                                                                            |
| E-commerce platform      | Online transacties van verkopen van producten, aangeboden op een online platform.                                                         |
| Emissiereductie          | Verminderen van uitstoot van stoffen die een (mogelijk) schadelijk effect op het milieu hebben.                                           |
| Empirisch meten          | Gemeten onderzoek dat gebaseerd is op ervaring en staat los van berekening of beredenering.                                               |
| Front-end (B2B)          | Omgeving van een platform die voor de gebruiker zichtbaar is.                                                                             |
| FTP-files                | Protocol dat bestanden tussen computers uitwisselt. In dit geval voorraadlijsten van bandenproducenten.                                   |
| Geconsolideerd           | Inzicht dat gegeven wordt over rechtspersonen die organisatorisch verbonden zijn aan elkaar.                                              |
| Incentive                | Beloning die motiveert om een prestatie te leveren of harder te werken.                                                                   |
| Limited Editions         | Beperkte uitgave van een massaproduct in een beperkte oplage.                                                                             |
| Operationele populatie   | Een groep bedrijven of personen waaruit een steekproef genomen wordt. Dit vormt een representatieve afspiegeling van de gehele populatie. |
| Omzetsegmentatie         | Omzetten segmenteren in bepaalde groepen.                                                                                                 |
| Open coderen             | Labels geven aan de data uit getranscribeerde interviews.                                                                                 |
| Premium Styling partners | Samenwerkingsverbanden met exclusieve autobedrijven, zoals Mansory en Lumma Design.                                                       |
| Rubbercompound           | Chemische samenstelling van een band.                                                                                                     |
| Selectief coderen        | De labels die binnen axiaal coderen zijn gesorteerd verwerken tot theorie.                                                                |
| Steekproef               | Selectie uit een totale populatie ten behoeve van een meting van bepaalde eigenschappen van de populatie.                                 |
| Transcriberen            | Interviews uitschrijven waardoor mogelijk wordt deze beter te onderzoeken en analyseren.                                                  |
| Variabele                | Naam voor te meten kenmerken in onderzoeksobjecten.                                                                                       |
| Vervangingsmarkt         | Producten van Apollo Vredestein voor gebruikte auto's.                                                                                    |

### Afkortingen

|          |                                                                                                                                                                                     |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| APMEA    | Azië, Oceanië, Midden-Oosten en Afrika; afzetgebieden van Apollo Tyres en Apollo Vredestein.                                                                                        |
| ASEAN    | Associatie van Zuidoost-Aziatische Naties; organisatie van tien Zuidoost-Aziatische landen die als doel het bevorderen van economische, culturele en politieke samenwerking hebben. |
| B2B      | Business to business.                                                                                                                                                               |
| B2C      | Business to consumer.                                                                                                                                                               |
| EA       | Europa en Amerika's; afzetgebieden van Apollo Tyres en Apollo Vredestein.                                                                                                           |
| ETRMA    | The European Tyre and Rubber Manufacturers' Association.                                                                                                                            |
| ISO      | Internationale Organisatie voor Standaardisatie; internationale organisatie die normen vaststelt.                                                                                   |
| ISO/TS   | Internationale Organisatie voor Standaardisatie Technische Specificatie; specifiek gericht op kwaliteitsmanagement.                                                                 |
| OEM (OE) | Original Equipment Manufacturer; producent dat producten levert aan een merkleverancier.                                                                                            |
| OHSAS    | Occupational Health and Safety Assessment Series; wereldwijd geaccepteerde norm met eisen voor een arbo-managementsysteem.                                                          |
| OHT      | Landbouw- en industriebanden; een productsegment van Apollo Vredestein.                                                                                                             |
| PV       | Personenwagenbanden; een productsegment van Apollo Vredestein.                                                                                                                      |
| R&D      | Research & development; afdeling die onderzoek doet naar het verbeteren of ontwikkelen van producten.                                                                               |
| TWT      | Tweewielerbanden; een productsegment van Apollo Vredestein.                                                                                                                         |
| UHP      | Ultra High Performance; banden die een uitstekende prestatie leveren in combinatie met veel grip.                                                                                   |

## Hoofdstuk 1 Inleiding

In het eerste hoofdstuk van deze scriptie wordt een inleiding gegeven betreffende het onderzoek. De aanleiding en relevantie komen aan bod, waardoor duidelijk wordt waarom dit onderzoek gestart is. De belanghebbenden van dit onderzoek worden in de tweede paragraaf besproken. Vervolgens zal in paragraaf 1.3 en 1.4 een afbakening van het onderwerp en de doelstellingen gegeven worden, verdeeld in onderzoeks- en praktijkdoelstelling. In de vijfde paragraaf worden de probleemstelling en deelvragen toegelicht, met daarbij een uitleg per vraag omtrent de methode van onderzoek. De kernbegrippen van de probleemstelling worden gedefinieerd in paragraaf 6.

De verwachtingen van uitkomsten en de mogelijkheden tot implementatie van aanpassingen van het B2B-platform worden beschreven in de zevende paragraaf. In de laatste paragraaf van het eerste hoofdstuk wordt een overzicht gegeven hoe de scriptie per hoofdstuk ingedeeld is.

### 1.1 Aanleiding en relevantie

De directe aanleiding van dit onderzoek is de vraag van Apollo Vredestein, afdeling Marketing en Communicatie, naar meer informatie en output over haar B2B e-commerce platform. Het B2B-platform van Apollo Vredestein is onlangs vernieuwd en biedt veel mogelijkheden en kansen. Tot op heden werd nog niet de tijd en capaciteit gevonden om te analyseren welke mogelijke wegen Apollo Vredestein met haar platform in kan slaan. Dit platform wordt op meerdere punten geanalyseerd, namelijk het huidige marketingbeleid, de klanten, de markt en de concurrenten van Apollo Vredestein. De aanbevelingen die uit de resultaten van dit onderzoek naar voren komen moeten leiden tot verbeteringen van het B2B-platform. Deze verbeteringen moeten als gevolg een omzetstijging van 20 procent hebben. Dit doel moet gerealiseerd worden door middel van het vergroten van de ordergroottes van de klanten en het verhogen van het aantal gebruikers van het platform. Binnen dit platform kunnen klanten van Apollo Vredestein banden bestellen voor diverse productsegmenten. Deze 20% is samen met Apollo Vredestein besproken en wordt reëel geacht.

Het groeiende belang van een B2B e-commerce platform wordt duidelijk naar aanleiding van een artikel van Cassidy (2016). Dit artikel geeft aan dat steeds meer traditionele industrieën, zoals productiebedrijven en de consumptiegoederenindustrie, beginnen met het verkopen van producten online om aan de behoeftes van de klanten te voldoen. Hier is het creëren van een consequente en goede ervaring voor de gebruiker van groot belang. Dit kan verhoogd worden door de gebruiker online te volgen en op deze data in te spelen.

Het proces van kopen van producten verandert. Steeds meer mensen kopen producten online, in plaats van in een winkel; het aantal webwinkels groeit en het aantal fysieke winkels daalt voortdurend (CBS, 2016). Hierdoor is het noodzakelijk voor Apollo Vredestein om in te spelen in de huidige ontwikkelingen. Daarnaast is het investeren in een B2B-platform om een goede ervaring voor de klanten te kunnen bieden cruciaal (eMarketer Inc., 2017). Uit onderzoek is gebleken dat 55 procent van de respondenten, die gezien werden als leiders in digitale klantenervaring, in de praktijk een verhoging van de verkopen hebben ervaren naar aanleiding van de investeringen. Om de verkopen te verhogen moet kan dus gezegd worden dat tijd en geld geïnvesteerd worden in een B2B-platform.

### 1.2 Belanghebbenden

Dit onderzoek kent drie belanghebbenden, namelijk Apollo Vredestein, de klanten van Apollo Vredestein en Saxion Hogeschool Enschede. Dit onderzoek wordt opgesteld voor Apollo Vredestein. Door dit project wordt het opstellen van een klantsegmentatie en de behoeftes van de klanten van het B2B-platform mogelijk. Het optimaliseren van dit platform moet resulteren in het verhogen van de ordergroottes en het verhogen van de gebruikersaantallen. Door het verbeteren van het B2B-platform zullen de klanten een beter platform ervaren. Voor de klant moet de optimalisatie van het platform leiden tot het verhogen van de efficiëntie en het verhogen van de gebruiksvriendelijkheid.

Deze scriptie wordt geschreven door een student van Saxion Hogeschool te Enschede. Dit onderzoek fungeert als afstudeeropdracht voor de opleiding Bedrijfskunde MER.

### 1.3 Afbakening van het onderwerp

Op het B2B-platform van Apollo Vredestein worden diverse productsegmenten aangeboden. De producten die verkocht worden via dit platform betreffen de segmenten autobanden (PV) en landbouw- en industriebanden (OHT). Vooral nog is het segment tweewielerbanden (TWT) nog niet beschikbaar op het B2B-platform. Ondanks dat dit segment nog niet beschikbaar is, staat dit wel in de planning voor de toekomst en wordt op grond hiervan ook bij dit onderzoek betrokken. Apollo Vredestein is actief in meerdere landen in de wereld. Om een betere focus aan te brengen wordt dit onderzoek gelimiteerd op de Nederlandse markt. De Nederlandse klanten maken van alle substituten de meeste transacties. Het onderzoeken van deze markt zal een goed beeld scheppen over hoe het platform gebruikt wordt. Door hiernaast het huidige marketingbeleid, de klanten, de trends en ontwikkelingen in de markt en de concurrenten te onderzoeken worden conclusies en aanbevelingen opgesteld.

## 1.4 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek wordt verdeeld in de onderzoeksdoelstelling, waar het directe doel van het onderzoek mee bedoeld wordt, en de praktijkdoelstelling, namelijk wat het Apollo Vredestein in de praktijk op moet leveren.

### 1.4.1 Onderzoeksdoelstelling

De doelstelling van het onderzoek is het analyseren van het B2B-platform, waarna aanpassingen kunnen worden verricht aangaande de strategie en invulling van het platform. Deze invulling moet zodanig opgezet worden zodat het juiste assortiment voor de juiste klanten aangeboden kan worden op een geoptimaliseerd e-commerce platform. Het resultaat moet een omzetstijging van 20 procent door middel van stijging van de ordergroottes en gebruikersaantallen tot gevolg hebben.

### 1.4.2 Praktijkdoelstelling

De praktijkdoelstelling van dit onderzoek is het in kaart brengen van het B2B-platform van Apollo Vredestein. Om dit te verwezenlijken is het onderzoek verdeeld in een interne en externe analyse. Binnen de interne analyse wordt onderzoek gedaan naar het huidige marketingbeleid van Apollo Vredestein. De klanten die het platform gebruiken en hoe zij dit gebruiken, de trends en ontwikkelingen van de markt waar Apollo Vredestein rekening mee moet houden en de aanpak van concurrenten van Apollo Vredestein wordt helder in de externe analyse. Deze analyses moeten leiden tot een SWOT-analyse. Van deze data worden conclusies en aanbevelingen geschreven die een omzetgroei van 20 procent door stijging van de ordergroottes en het stijgen van het aantal gebruikers van het platform moeten bewerkstelligen.

## 1.5 Probleemstelling en deelvragen

Om de omzetstijging van 20 procent te verwezenlijken wordt binnen dit onderzoek antwoord gegeven op de probleemstelling: *Op welke wijze moet Apollo Vredestein invulling geven aan de positionering van haar B2B-platform wat moet leiden tot 20 procent omzetgroei door stijging van de ordergroottes en stijging van de gebruikersaantallen?* Om antwoord te kunnen geven wordt door middel van bureauonderzoek, kwalitatief en kwantitatief onderzoek data verzameld over het huidige marketingbeleid, de klanten, de markt en de concurrenten. De resultaten van deze data geven primair antwoord op de deelvragen van dit onderzoek.

De deelvragen die gebruikt worden om de probleemstelling te beantwoorden zijn verdeeld in vier vragen, respectievelijk omtrent het marketingbeleid, de klanten, de markt en de concurrenten. De eerste deelvraag geeft inzicht in het huidige marketingbeleid van Apollo Vredestein en wordt beantwoord door bureauonderzoek. Door middel van het omschrijven van het 4 C-model, de BCG-matrix en het groeimodel van Ansoff wordt de vraag *‘Op welke wijze wordt het marketingbeleid van Apollo Vredestein gevoerd?’* beantwoord. De data uit de tweede deelvraag wordt vergaard door middel van bureau- en veldonderzoek. Tijdens het bureauonderzoek wordt een klantsegmentatie aan de hand van de klantpiramide van Curry gemaakt, waardoor de omzet naar klantsegment inzichtelijk wordt. Naast bureauonderzoek wordt veldonderzoek verricht. De data van beide onderdelen van veldonderzoek wordt bij de klanten van Apollo Vredestein verkregen. De deelvraag die hierbij hoort luidt: *‘Wie zijn de huidige klanten die Apollo Vredesteins B2B-platform gebruiken en in welke mate wordt het platform door hen gebruikt?’* De derde deelvraag omtrent de markt beantwoordt de trends en ontwikkelingen in de markt, evenals het toekomstperspectief waar Apollo Vredestein rekening mee moet houden. Deze data wordt respectievelijk door middel van bureau- en veldonderzoek verworven. Deze derde vraag betreft *‘Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de markt van Apollo Vredestein?’* De laatste vraag waarmee de probleemstelling beantwoord wordt is: *‘Op welke wijze kan Apollo Vredestein zich onderscheiden ten opzichte van haar concurrenten?’*. De methodes waarmee deze deelvraag beantwoord wordt zijn bureau- en veldonderzoek. Binnen deze deelvraag moeten de e-commerce platformen van concurrenten van Apollo Vredestein duidelijk worden.

Het veldonderzoek binnen de deelvragen is verdeeld in kwalitatief en kwantitatief onderzoek, ofwel 25 interviews en 50 enquêtes. Deze interviews geschieden met Nederlandse klanten van Apollo Vredestein. Nadat de data uit deze interviews geanalyseerd is, wordt een korte enquête opgesteld met verdiepende vragen. Dit wordt getest bij 50 klanten van Apollo Vredestein.

## 1.6 Omschrijving van kernbegrippen

Het B2B-portaal van het bedrijf Apollo Vredestein staat centraal. Apollo Vredestein is een bandenproducent uit Enschede, Nederland, die in 2009 over is genomen door het Indiase Apollo Tyres. Het portaal dat in het middelpunt staat van dit onderzoek is het B2B e-commerce platform van Apollo Vredestein. Dit B2B e-commerce portaal is een platform waar de klanten van Apollo Vredestein online producten kunnen aanschaffen.

Het doel van dit onderzoek is het realiseren van een omzetstijging van 20 procent. Dit moet het resultaat zijn van omzetgroei door stijging van de ordergroottes en omzetgroei door stijging van de gebruikersaantallen. Met de stijging van de omzet door het verhogen van de ordergroottes wordt bedoeld dat de verkopen verhoogd worden door middel van een stijging in het aantal producten die per bestelling gekocht worden. Met omzetgroei door stijging van de gebruikersaantallen houdt een verhogen van de verkopen in die wordt gerealiseerd door de stijging van de actieve gebruikers die het B2B-platform van

Apollo Vredestein gebruiken. De periode waarbinnen deze 20 procent behaald moet worden is 12 maanden nadat dit onderzoek gestart is. Dit tijdsbestek is samen met Apollo Vredestein besproken en wordt reëel geacht.

### 1.7 Verwachtingen van uitkomsten en mogelijkheden tot implementatie

Het B2B-platform van Apollo Vredestein is in 2016 vernieuwd. Dit heeft geleid tot een snelheidsvermindering van haar platform. Verwacht wordt dat het platform een performance update krijgt om de snelheid op het B2B-platform te verhogen. De snelheidsverhoging van dit platform wordt rond juni 2017 doorgevoerd.

Het deel van het onderzoeksdoel, de stijging van de gebruikersaantallen, kan resulteren in het verlagen van de kosten. Door het verhogen van het gebruik van het B2B-portaal door klanten die normaliter per telefoon bestellen, zullen deze telefonische werkzaamheden verminderd worden. Zo geeft Epstein (2005) aan dat een van de voordelen van het goed inrichten van een e-commerce platform kostenbesparingen met zich mee brengt.

Bevindingen die tijdens het onderzoek naar voren komen, worden binnen Apollo Vredestein besproken. Hierdoor is implementatie van bevindingen omtrent het B2B-platform vrijwel direct mogelijk. Op deze manier wordt optimaal gebruik gemaakt van de data uit de interviews, enquêtes en het B2B-platform zelf. Na mogelijke implementatie worden deze geïmplementeerde aanpassingen geanalyseerd om te kijken naar de adequaatheid van deze aanpassingen. Wanneer nodig kan dit gecorrigeerd worden na intern overleg.

### 1.8 Vooruitblik scriptie

Deze scriptie vangt aan met een beschrijving van Apollo Vredestein in hoofdstuk 2, waarin relevante informatie over de organisatie en over de context van het onderzoek weergegeven wordt. Hoofdstuk 3 gaat door met het theoretisch kader van het onderzoek, met daarin onder andere resultaten van eerder verricht onderzoek, verantwoording voor de gebruikte theorieën en geselecteerde bronnen. Het vierde hoofdstuk betreft de beschrijving en verantwoording van de onderzoeksopzet, dat dient ter onderbouwing van de in deze scriptie gemaakte keuzes. Met behulp van deze informatie wordt in hoofdstuk 9 een SWOT-analyse opgesteld, waarna in hoofdstuk 10 en 11 respectievelijk conclusies en aanbevelingen worden weergegeven. Deze laatste twee hoofdstukken leiden direct tot het beantwoorden van de probleemstelling.

## Hoofdstuk 2 Bedrijfsomschrijving

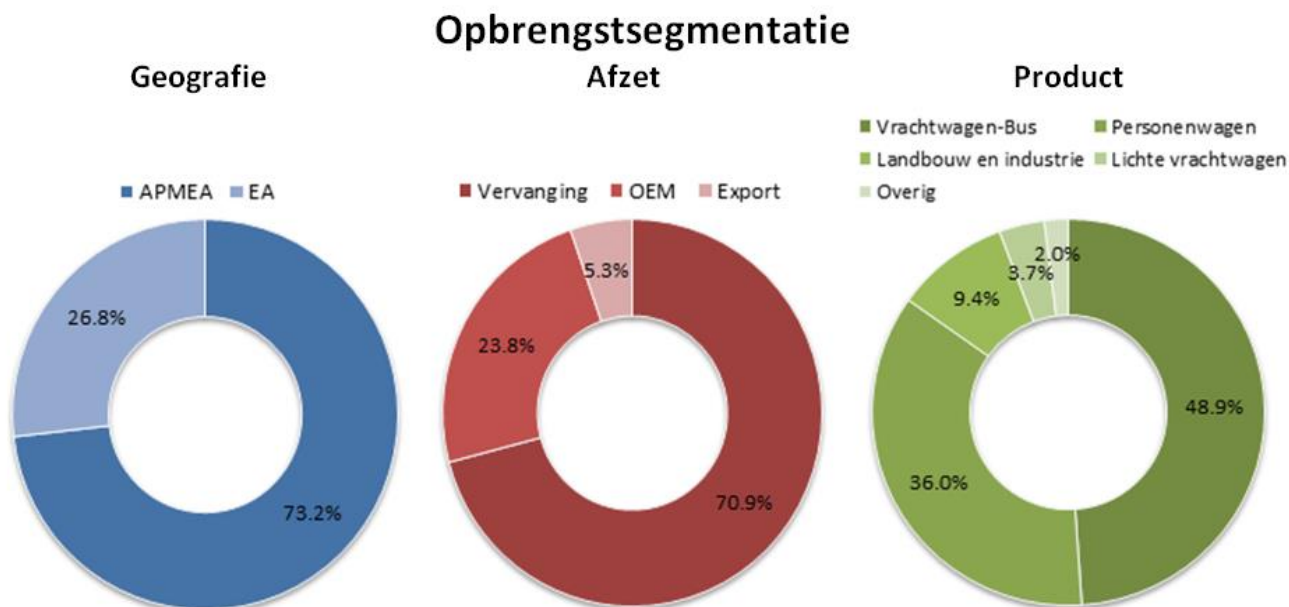
In dit hoofdstuk van deze scriptie wordt een beschrijving van het bedrijf waarvoor dit onderzoek geschreven is. De eerste alinea geeft informatie over Apollo Tyres en dochteronderneming Apollo Vredestein. De daarop volgende paragraaf geeft de organisatieonderdelen en afzetgebieden weer. De financiële cijfers die weergegeven zijn, worden beoordeeld aan de hand van kengetallen. De laatste paragraaf betreft de organisatiestructuur. Binnen deze paragraaf wordt de bedrijfscultuur van Apollo Tyres en een organisatiestructuur van Apollo Vredestein beschreven.

### 2.1 Informatie Apollo Tyres en Apollo Vredestein

In de eerste paragraaf wordt een introductie over Apollo Tyres en Apollo Vredestein gegeven. Door middel van het weergegeven van de opbrengstsegmentatie wordt duidelijk waar en welke producten Apollo Tyres en haar dochterondernemingen verkopen. Deze segmentatie is verdeeld in geografie, afzet en product. Eveneens wordt een SWOT-analyse gegeven van Apollo Tyres.

#### 2.1.1 Omzetsegmentatie

In figuur 2.1 staan de opbrengsten per segment weergegeven, verdeeld in geografie, afzet en producten. De segmentatie wordt verdeeld Apollo Tyres haar twee segmenten, namelijk APMEA (Azië, Oceanië, Midden-Oosten en Afrika) en EA (Europa en Noord- en Zuid-Amerika). De opbrengstsegmentatie van de afzet wordt verdeeld in drie markten, namelijk de vervangingsmarkt, de OEM (Original Equipment Manufacturer) en de exportmarkt. Het derde diagram in figuur 2.1 betreft de segmentatie per productcategorie. De verschillende categorieën betreffen de segmenten vrachtwagen en bus, personenwagens, landbouw en industrie, lichte vrachtwagen, en overig. De percentages vloeien voort uit de geconsolideerde cijfers van Apollo Tyres.



Figuur 2.1 Opbrengstsegmentatie op basis van geografie, afzet en product (Bron: Apollo Tyres Ltd., Z.D.)

In de bovenstaande diagrammen wordt duidelijk weergegeven dat meer dan 73% van de omzet van Apollo Tyres verkocht wordt in Azië, Oceanië, Midden-Oosten en Afrika. De overige omzet wordt behaald door middel van verkopen in Europa en Noord- en Zuid-Amerika. Bijna 71% van de totale omzet van Apollo Tyres wordt verkregen door de verkoop van producten voor de vervangingsmarkt. De producten voor de segmenten OEM en Export betreffen respectievelijk 23,8% en 5,3% van de totale omzet. Apollo Tyres is met haar merken als Apollo, Vredestein, Kaizen en Regal een veelzijdige speler in de bandenmarkt. Met productsegmenten als Vrachtwagen-Bus (48,9%), Personenwagen (36%), Landbouw en industrie (9,4%), Lichte vrachtwagen (3,7%) en Overige (2%) worden de totale verkopen behaald.

#### 2.1.2 SWOT-analyse Apollo Tyres

In het jaarverslag (financieel jaar 2015-2016) wordt een SWOT-analyse van Apollo Tyres Ltd. weergegeven. In tabel 2.1 wordt de SWOT-analyse gegeven, met daarin de belangrijkste punten over Apollo Tyres.

Tabel 2.1 SWOT-analyse Apollo Tyres (Bron: Apollo Tyres Ltd., Z.D.)

### Sterktes

- Apollo Tyres opereert in verschillende werelddelen, in verschillende markten. Hierdoor is Apollo Tyres niet afhankelijk van één markt.
- Door het betreden van het tweewielersegment, is het bedrijf een allround speler in de bandenmarkt in India.
- Het bedrijf opereert aan de hand van twee sterke wereldwijde merken, namelijk Apollo en Vredestein.
- Apollo Tyres heeft een uitgebreide distributiemarkt voor haar merken in de twee markten: India en Europa.
- De banden van Vredestein hebben meerdere bandentesten gewonnen. Hierdoor worden banden aanbevolen als testwinnaar.
- Het Europese merk van Apollo Tyres, Vredestein, kent een goede positie in de markt voor producten in het segment zomer-, winter- en vierseizoenenbanden, en banden voor uiterst hoge prestaties.
- Apollo Tyres is de koploper in de banden voor commerciële voertuigen in India.
- Een wereldwijd en multicultureel management team zorgt voor wereldwijde groei.
- Aanwezigheid van goede R&D (research & development) faciliteiten voor de personenwagenbanden en de banden voor commerciële voertuigen, verhoogt de innovatie en technologie.
- Investerings hebben gezorgd dat het imago verhoogd is. Ook de samenwerking met Manchester United werkt hieraan mee.
- Overname Reifencor GmbH, een van de grootste banden distributeurs van Duitsland.

### Zwaktes

- Apollo Tyres levert nog geen producten aan de OEM markt voor personenwagens, en mist daar tevens een aanzienlijk deel van de vervangingsmarkt.
- Apollo Tyres moet een grotere aanwezigheid creëren in nieuwe geografieën om economische zones te bereiken.
- De lage productiekosten van Chinese producenten hebben geleid tot prijsdruk. Echter kan Apollo Tyres dit niet vastzetten, waardoor dit een onzekere factor blijft.

### Kansen

- Apollo Tyres is in India een van de eerste producenten die in het vrachtwagen en bus segment, en heeft een voordeel ten opzichte van de concurrentie. Dit geeft goede vooruitzichten omtrent groei met toenemende bandenproductie.
- De banden van het merk Apollo kunnen via het reeds bestaande Europese netwerk worden verkocht.
- Door de aankondiging van de opening van de nieuwe productiefabriek in Hongarije wordt de positie verhoogd, dankzij de lage productiekosten van de nieuwe productie faciliteiten.
- Apollo Tyres blijft nieuwe markten aanboren, zoals het Midden-Oosten en Zuidoost-Azië. Deze markten worden gezien als de toekomst voor het bedrijf.
- Het bedrijf kan haar overcapaciteit verkopen en met deze industriële banden een nieuw product segment aanboren.
- Meer producten voor het OEM-segment in Europa door middel van onderhandelen met grote autoproducenten. Dit moet de Europese markt stimuleren.
- Apollo Tyres wil producten introduceren voor de Europese vrachtwagen en bus segmenten.

### Bedreigingen

- De vertraging van de Europese en Indiase markt kan leiden tot daling van de afname en het gebruik van capaciteit.
- Verhogende aanwezigheid van concurrenten als Bridgestone en Michelin in India.
- Verhogende concurrentie omtrent vrachtwagenbanden uit China.
- Continue veranderingen in de prijzen van grondstoffen leiden tot prijsdrukkingen.
- Zwakke Indiase munt, waardoor prijsdruk op de marges ontstaat, omdat Apollo Tyres importeert.
- Groeiende invloeden van goedkope banden van Europese producenten en importeurs, alsmede Chinese en Koreaanse producenten en importeurs.

## 2.2 Organisatieonderdelen

In de tweede paragraaf van het hoofdstuk omtrent de omschrijving van Apollo Tyres en Apollo Vredestein komen de regio's aan bod waar ze opereren. Daarnaast wordt een eerder verricht klantonderzoek besproken. Dit klantonderzoek is verricht door Verkoop Nederland van Apollo Vredestein.

### 2.2.1 Regio's

Apollo Tyres Ltd. (Z.D.) geeft aan dat ze haar producten over meer dan 100 landen distribueert. Apollo Tyres is een van de leiders in de Indiase bandenmarkt, welke continu werkt om te groeien in de globale bandenmarkten. Deze groeimogelijkheden worden makkelijker door het brede productaanbod en het brede distributienetwerk in de belangrijkste markten India en Europa. De wereldwijde productmerken – Apollo en Vredestein – worden wereldwijd verkocht, ook in de Thaise, Maleisische, Indonesische markt in ASEAN en in Saoedi-Arabië en Verenigde Arabische Emiraten in het Midden-Oosten. In bijlage 1 staat een visuele weergave van de wereldwijde vertegenwoordiging van verkoop- en marketingkantoren en productiefaciliteiten van Apollo Tyres.

**India** – Het distributienetwerk in India bestaat uit bijna 5.000 bandendealers, inclusief exclusieve retail dealers. Deze worden geholpen door 150 verkoopkantoren die regionaal en lokaal opereren. Dit distributienetwerk wordt aangevuld door 17 regionale distributiecentrales met 150 opslagpunten. Door middel van dit netwerk heeft Apollo Tyres een van de grootste bandencapaciteit in India, en 25% marktaandeel aangaande de vrachtwagenbanden.

**Europa** – Het distributienetwerk in Europa betreft 3.550 dealers die worden ondersteund door 13 Europese verkoopkantoren. Door dit netwerk wordt voornamelijk het merk Vredestein verkocht. Dit merk geniet een goede naam en is gepositioneerd in de ultra hoge prestaties-markt, en de markten voor winter- en vierseizoenen personenwagenbanden.



Afgelopen financieel jaar (FJ16) heeft Apollo Vredestein een ‘dealership partner programma’ gelanceerd in Europa. Door dit programma zijn nieuwe merk-winkels geopend in België, Hongarije, Italië en Nederland. Het doel is om 800 van dergelijke winkels geopend te hebben in 2020. Deze winkels moeten de merkbekendheid vergroten in de Europese markt.

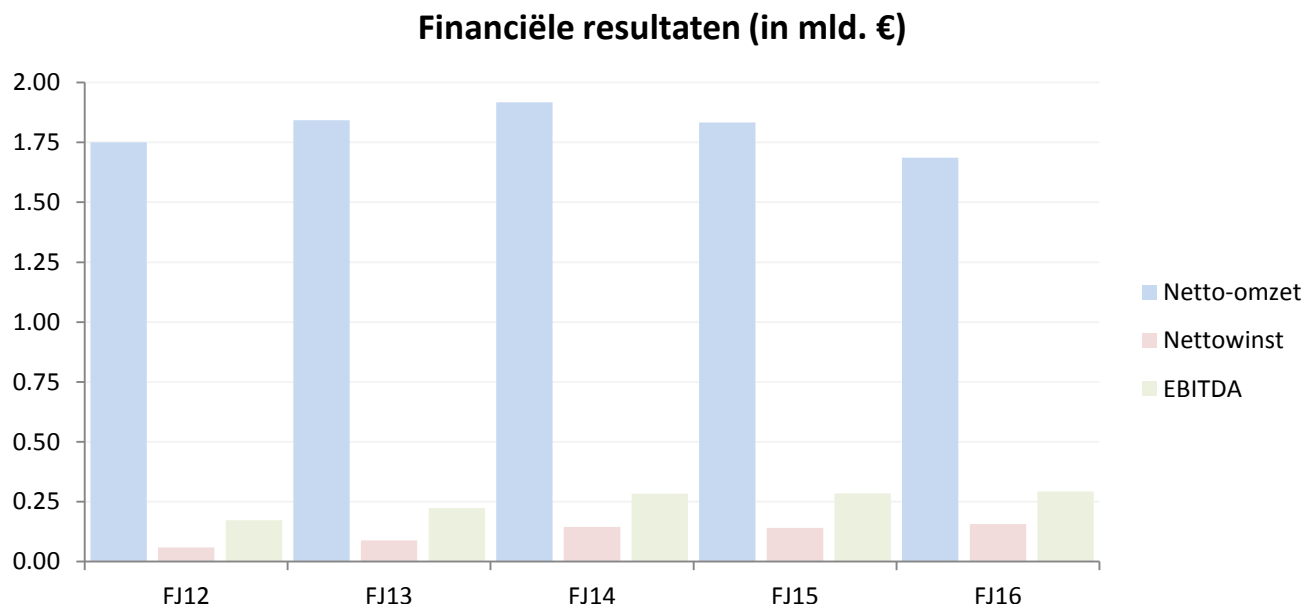
**ASEAN en Midden-Oosten** – Naast de Indiase en Europese markt is ASEAN en Midden-Oosten een markt die zorgt voor meer wereldwijde aanwezigheid. Dergelijke aanwezigheid wordt verhoogd door de vervangingsmarkt in Maleisië. Ook worden de banden voor commerciële voertuigen en banden voor vrachtwagens en bussen goed verkocht. De banden voor personenwagens hebben een marktaandeel van 90% van de Maleisische markt. Om de aanwezigheid verder te vergroten zijn twee merk-winkels van Apollo geopend in Amman (Jordanië) en een merk-winkel in Libanon.

## 2.3 Financiële cijfers

In deze paragraaf worden de financiële resultaten van Apollo Tyres toegelicht. De cijfers waarmee de status van Apollo Tyres inzichtelijk wordt gemaakt betreft de netto-omzet, nettowinst en EBITDA. Door middel van het opstellen van de balans is het mogelijk om kengetallen te berekenen. De kengetallen aangaande liquiditeit en solvabiliteit zijn berekend in de tweede subparagraaf.

### 2.3.1 Netto-omzet, nettowinst en EBITDA

Om een goed beeld van Apollo Vredestein en moederonderneming Apollo Tyres te geven, worden de geconsolideerde financiële cijfers weergegeven van Apollo Tyres. Hierin wordt niet alleen dochteronderneming Apollo Vredestein meegenomen, maar ook Kaizen en Regal. In onderstaande figuur (figuur 2.2) wordt de netto-omzet, nettowinst en EBITDA gegeven (Apollo Tyres Ltd., Z.D.). Een financieel jaar (FJ) binnen Apollo Tyres loopt van 1 april tot 31 maart.



Figuur 2.2 Financiële resultaten van Apollo Tyres (Bron: Apollo Tyres Ltd., Z.D.)

De geconsolideerde netto-omzet van FJ16 kent een vermindering van 8% ten opzichte van FJ15. Echter heeft dit de nettowinst en EBITDA niet beïnvloed. Bij de berekening van de nettowinst worden de inkoopwaarde en de bedrijfskosten van de omzet afgetrokken. De nettowinst van Apollo Tyres in FJ16 is 160 miljoen euro. Ondanks de teruggang van de netto-omzet, is de nettowinst van FJ16 met 12% toegenomen ten opzichte van FJ15. De EBITDA (bedrijfskasstroom) wordt gebruikt om de operationele kasstroom te benoemen, wat de gezondheid van het bedrijf weergeeft. EBITDA geeft weer wat de opbrengsten zijn zonder dat hier kosten en opbrengsten van de financiering in verwerkt zitten. Uit bovenstaande figuur is op te maken dat de bedrijfskasstroom van Apollo Tyres met 3% is gestegen.

### 2.3.2 Liquiditeit en solvabiliteit

De ratio's omtrent liquiditeit en solvabiliteit geven aan in hoeverre Apollo Tyres aan haar kortlopende verplichtingen kan voldoen. Om de liquiditeit in kaart te brengen worden drie ratio's beschreven in tabel 2.2, namelijk current ratio, quick ratio en het netto werkkapitaal. De solvabiliteit wordt in kaart gebracht door middel van het solvabiliteitspercentage. Deze wordt weergegeven in tabel 2.3. Bij de berekening van deze kengetallen is gebruikt gemaakt van de balans van Apollo Tyres, weergegeven in bijlage 2.

Tabel 2.2 Liquiditeitsratio's Apollo Tyres (Bron: Apollo Tyres Ltd., Z.D.)

| Ratio              | Doel                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Formule                                                                                                         |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Current ratio      | Bij de berekening van current ratio wordt gekeken hoe de kortlopende activa ten opzichte van de kortlopende schulden (passiva) van Apollo Tyres verdeeld zijn. Een current ratio tussen de "1,5" en "2" wordt als goed beschouwd. Onder de "1" betekend dat ze niet aan haar schulden kan voldoen. | $\frac{\text{Vlottende activa}}{\text{Vlottende passiva}}$<br>FJ 2015: 1,45<br>FJ 2016: 1,29                    |
| Quick ratio        | Door de quick ratio uit te rekenen wordt het mogelijk om te oordelen of Apollo Tyres positieve resultaten levert. Wanneer de quick ratio zich boven "1" bevindt, is dit gezond. Wanneer deze onder de "1" ligt, is Apollo Tyres niet in staat de kortlopende schulden te voldoen.                  | $\frac{\text{Vlottende activa} - \text{voorraden}}{\text{Vlottende passiva}}$<br>FJ 2015: 0,77<br>FJ 2016: 0,74 |
| Netto werkkapitaal | Door middel van het berekenen van de netto werkkapitaal wordt het verschil tussen de vlottende activa op de balans van Apollo Tyres en haar vlottende passiva. De liquiditeit is voldoende indien de vlottende activa groter zijn dan het vreemd vermogen (vlottende passiva) op korte termijn.    | $\text{Vlottende activa} - \text{vlottende passiva}$<br>FJ 2015: €168,87 mln.<br>FJ 2016: €148,07 mln.          |

De bovenstaande ratio's en resultaten van het financiële jaar 2016 zijn lager dan het jaar ervoor. Dit heeft met meerdere omgevingsfactoren te maken. Zo maakte de Indiase auto-industrie een verlaging door van 7,2% in 2015 naar 3,8% in 2016 van het twee- en driewieler segment. Tevens maakte de segmenten voor personenwagens en commerciële voertuigen een groei door van 3,9% in 2015 naar 7,2% in 2016. Mede dankzij deze groei is de bandenverkoop van personenwagenbanden en banden voor twee- en driewielers verhoogt met 4%. Echter waren de banden voor middelmatige en zware commerciële voertuigen verlaagd met 3%, en de banden voor lichte trucks zelfs met 8,6%. Ook de banden voor het truck en bus-segment zijn in verkochte aantallen verlaagd door banden die door Chinese concurrenten gemaakt worden. Naast de gevolgen van de verkoop van de banden heeft ook het Indiase klimaat voor verlaging van banden gezorgd, namelijk in het segment van tractorbanden. Deze daling van de verkopen komt door de moesson in India, waardoor minder op het land gewerkt kon worden, en daardoor minder banden zijn verkocht.

Tabel 2.3 Solvabiliteitspercentage Apollo Tyres (Bron: Apollo Tyres Ltd., Z.D.)

| Ratio                    | Doel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Formule                                                                                                   |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Solvabiliteitspercentage | Door de berekening van het solvabiliteitspercentage wordt inzichtelijk of Apollo Tyres haar schulden op korte en lange termijn kan terugbetalen. De uitkomst geeft aan hoeveel procent van het totale vreemd vermogen geleend is door Apollo Tyres. Gemiddeld wordt een solvabiliteitspercentage tussen de 125% en de 140% als goed beschouwd. | $\frac{\text{Eigen vermogen}}{\text{Vreemd vermogen}} \times 100\%$<br>FJ 2015: 140,6%<br>FJ 2016: 125,6% |

Het geconsolideerde solvabiliteitspercentage van Apollo Tyres is in 2016 omlaag gegaan ten opzichte van 2015, respectievelijk 125,6% en 140,6%. Deze daling zal geen grote gevolgen hebben, aangezien Apollo Tyres beide jaren haar lange- en korte termijn schulden terug te betalen. Het percentage van FJ 2016 geeft aan dat van iedere €1,25 Apollo Tyres €1,- moet lenen. Enkele mogelijkheden waardoor de solvabiliteit verbeterd kan worden zijn: kleine voorraden, vorderingen van debiteuren zo laag mogelijk houden, uitstaande debiteurenvorderingen verkopen en vaste activa verkopen en terug leasen bij een leasemaatschappij (Mkbadviesondersteuning, 2014).

## 2.4 Organisatiecultuur

In de laatste paragraaf van het hoofdstuk omtrent de bedrijfsomschrijving wordt de organisatiestructuur besproken. Deze structuur wordt inzichtelijk gemaakt door middel van het uitleggen van de bedrijfscultuur en het organogram van de regio EA (Europe & America's).

### 2.4.1 Bedrijfscultuur

Apollo Vredestein kent een rijke geschiedenis, zowel nationaal als internationaal. De in 1908 opgerichte rubberfabriek maakte destijds allerlei rubberen producten, bijvoorbeeld schoenhakken, tennisballen en vloerbedekking (Apollo Vredestein B.V., 2012). Door de jaren heen is de fabriek meerdere malen verhuisd, met uiterlijke fabriekslocatie te Enschede. Doordat Vredestein (destijds N.V. Nederlandsch-Amerikaansche Autobanden-fabriek Vredestein) in 1962 100% eigendom was van de Amerikaanse B.F. Goodrich maakte het bedrijf een globalisatie door sinds de jaren 70. De focus van Vredestein kwam hierdoor meer op autobanden, agrarische en industriële banden en banden voor tweewielers. Door omgevingsfactoren nam de Nederlandse staat 49% van de aandelen over van B.F. Goodrich, 2% van de aandelen werden overgenomen door de Stichting tot voortzetting van Vredestein. De rest van de aandelen bleven in handen van B.F. Goodrich, welke later voor een symbolisch bedrag werden overgenomen door de Stichting.

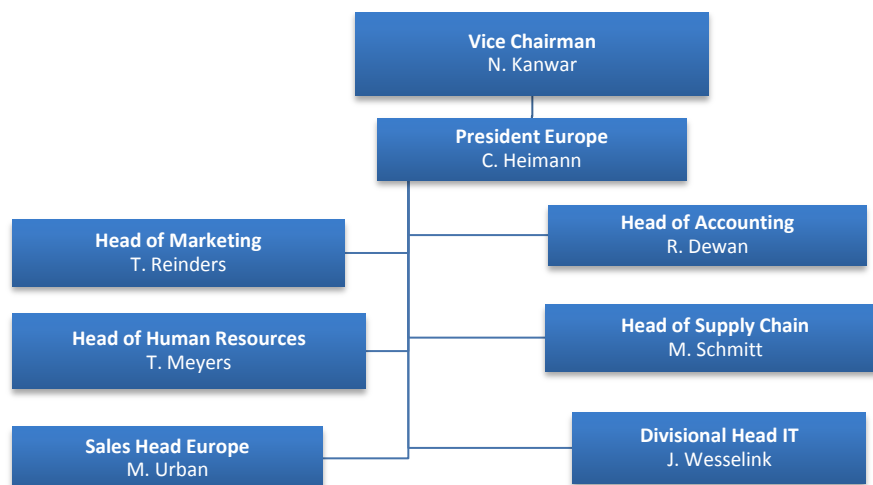


In 2009 werd Vredestein overgenomen door de Indiase Apollo Tyres Ltd., waardoor de naam van Vredestein veranderd werd in Apollo Vredestein B.V. Door deze overname is de bedrijfscultuur (nog) internationaler geworden, kenbaar in de dagelijkse werkzaamheden. Apollo Vredestein focust zich op voortdurende innovatie en optimale benutting van competenties die gericht zijn op de verbetering van de bedrijfsprestatie en ontplooiing van talenten als bron voor een succesvol bedrijfsbeleid. Deze flexibele en marktgerichte visie is nauw verbonden aan de Apollo Vredesteins missie. De missie waarmee Apollo Vredestein opereert draagt bij aan een regelmatige stroom van nieuwe, innovatieve producten die een topkwaliteit hebben. De cultuur betreft een uitdagende en ondernemende cultuur, waarin medewerkers worden gestimuleerd zich te ontwikkelen en met veel plezier de werkzaamheden verrichten.

De waarden van Apollo Tyres, die kenbaar zijn bij Apollo Vredestein, hebben betrekking tot het aantrekken van de juiste collega's, klanten en leveranciers. De zes waarden moeten richting geven aan de beslissingen die daardoor besluitvaardiger worden. De voorspelbaarheid wordt verhoogd, wat vertrouwen creëert en relaties oplevert. De zes waarden betreffen customer first (klanten staan voorop), business ethics (bedrijfsethiek), care for society (zorg voor maatschappij), empowerment, communicate openly (transparante communicatie) en one family (één familie). De genoemde waarden worden erg belangrijk gevonden in India. Dit is de reden waarom 'The Apollo Way' ook in Nederland aan bod komt. Deze visie komt tot uiting doordat de klanten erg belangrijk zijn voor de organisatie. Keuzes en strategieën die besproken worden moeten ethisch verantwoord zijn. De zorg voor de maatschappij wordt gerealiseerd door middel van het maatschappelijk verantwoord ondernemen van Apollo Vredestein. Apollo Vredestein wil namelijk verantwoordelijkheid nemen richting de gebruikers van haar producten, werknemers, omgeving en de maatschappij. Aanmoediging van empowerment komt tot uiting door de groeimogelijkheden die mogelijk, alsmede de stimulering om doelen per werknemer op te stellen. De transparante communicatie is belangrijk om de bedrijfsvoering zo optimaal mogelijk te maken. Apollo Tyres ziet het gehele bedrijf als één familie. Dit komt voort uit de Indiase cultuur.

#### 2.4.2 Organisatiestructuur EA

Apollo Vredestein is onderdeel van Apollo Tyres. De internationale organisatiestructuur verschilt van de nationale of regionale structuur. In figuur 2.4 is de regionale structuur weergegeven van Apollo Tyres en Apollo Vredestein, met als hoofd de Vice Chairman dhr. N. Kanwar. Boven dhr. N. Kanwar staat dhr. O. Kanwar, de directeur van Apollo Tyres.



Figuur 2.4 Regionale organogram Europa

Te zien is dat de Head van Marketing in de regionale organisatiestructuur is opgenomen. Om een beter beeld te geven hoe de organisatieonderdelen eruit zien met betrekking tot Marketing en Product Management van Apollo Vredestein wordt een schematische weergave gegeven van de organisatie, met daarbij Head of Marketing, T. Reinders, bovenaan de structuur. Deze specifieke structuur (per februari 2017) is opgenomen in bijlage 3.

## Hoofdstuk 3 Theoretisch kader

Het hoofdstuk omtrent het theoretisch kader heeft als functie een brug tussen onderzoeksvragen, bureauonderzoek en veldonderzoek te zijn. In de komende paragrafen worden onderwerpen besproken omtrent eerder verricht onderzoek, verantwoording van gebruikte middelen en omschrijving van kernbegrippen.

### 3.1 Eerder verricht onderzoek

In februari 2017 heeft het verkoopkantoor van Nederland een klantonderzoek verricht (Fresh Lines, 2017). Dit onderzoek is gehouden onder Nederlandse klanten over Apollo Vredestein, niet over Apollo Tyres. Voorafgaand het verrichten van de interviews aangaande deze scriptie is gebruik gemaakt van de resultaten van het eerder verrichtte klantonderzoek. Dit onderzoek had drie pijlers, namelijk tevredenheid, loyaliteit en rendement. Uit dit onderzoek is gebleken dat bijna 25% van de klanten positiever is geworden over het bedrijf Apollo Vredestein zelf, ongeveer 67% van de klanten een onveranderde mening hebben, en bijna 8% van de klanten negatiever is geworden over Apollo Vredestein. De belangrijkste resultaten aangaande dit onderzoek betreffen de vragen over e-commerce en de afname van banden. Uit onderzoek bleek dat meer dan 20% van de klanten is positief over de online dienstverlening van Apollo Vredestein. Echter is ook naar voren gekomen dat 10% van de klanten negatief is over de online dienstverlening. Het cijfer waarmee de online dienstverlening is bepaald is een 7,2. Dit cijfer lijkt goed, maar uit ditzelfde onderzoek is gebleken dat de gemiddelde dienstverlening in de markt is gewaardeerd met een 7,7. In onderstaande tabel (tabel 3.1) is te zien hoe dit cijfer tot stand is gekomen.

Tabel 3.1 Totstandkoming cijfer online dienstverlening (Bron: Fresh Lines, 2017)

| Onderdeel online dienstverlening (E-commerce)            | Cijfer |
|----------------------------------------------------------|--------|
| Het bestellen van banden via de online portal            | 7,3    |
| De informatievoorziening binnen "mijn account"           | 7,3    |
| Track & Trace via de online portal                       | 7,3    |
| Facturen inzien via de online portal                     | 7,2    |
| Overzichtelijkheid en gebruiksgemak van de online portal | 7,2    |

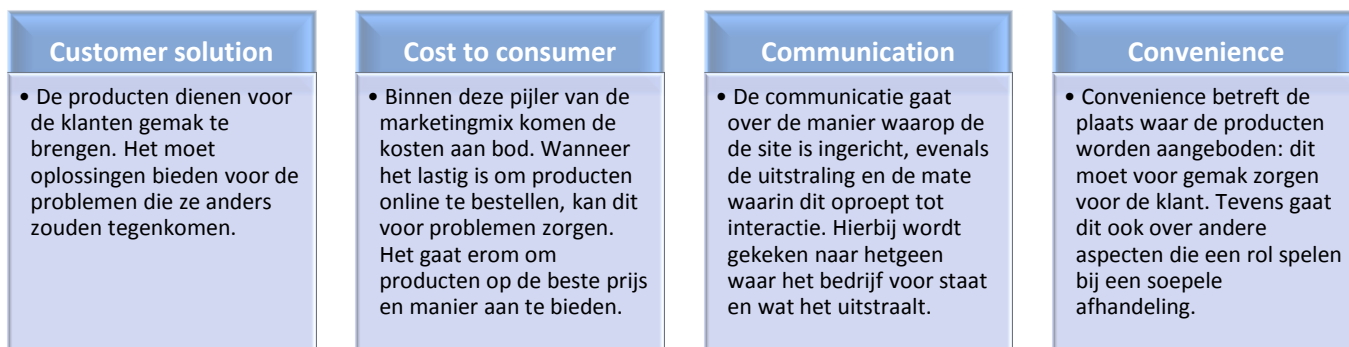
Van de 146 respondenten verwacht 89% het komende jaar meer Vredestein banden te zullen gaan afnemen. 29% van de klanten verwacht een sterke daling in de afname van Vredestein banden door te maken. De klanten die dit verwachten geven aan dat dit komt door slechte voorraad en prijsbeleid van de markt (67%), een te hoge prijs van Apollo Vredestein (33%) en de keuze van de directie/hoofdkantoor binnen eigen organisatie (17%).

### 3.2 Verantwoording gebruikte middelen

In deze paragraaf worden de gebruikte onderdelen voor het verrichten van het bureauonderzoek nader toegelicht. De onderdelen die in de volgende zes subparagrafen worden besproken zijn: marketingmix aan de hand van het 4 C-model, BCG-matrix, Ansoff-model, klantsegmentatie aan de hand van de klantpiramide van Curry, nulmeting en productfocus, DESTEP analyse en belangrijke concurrenten.

#### 3.2.1 Marketingmix 4 C's

De marketingmix van Apollo Vredestein wordt geanalyseerd door middel van het 4 C-model. Hiermee wordt de focus gevestigd op de consument in tegenstelling tot originele productoriëntatie (4 P-model). De originele marketingmix bestaat uit vier componenten: product, prijs, plaats en promotie (Kotler & Keller, 2012). Echter zijn deze variabelen productgericht, in plaats van klantgericht. Deze vernieuwde oriëntatie (4 C-model) legt meer de focus op de individuele consument. De 4 C's betreffen customer solution (consumenten oplossing) als vervanger van product, cost to consumer (kosten voor de consument) als vervanger van prijs, communication (communicatie) als vervanger van plaats en convenience (gemak van de klant) als vervanger van promotie. Dit klantgerichte model kijkt naar het kernvoordeel en kijkt naar de kosten voor de consument. Aangezien deze scriptie het online B2B-platform van Apollo Vredestein betreft, is het belangrijk de juiste prijs-kwaliteit verhouding te bieden voor de consumenten. De motivatie om het 4 C-model te gebruiken betreft de focus van dit model. Deze focus kijkt naar aspecten als kosten voor de consument, de makkelijkste plaatsen waar de producten en diensten aangeboden worden, de weg via waar alles gecommuniceerd wordt, allemaal om de klant centraal te stellen (Strategischmarketingplan.com, 2017). Om een beter beeld te krijgen van de inhoud van de 4 C's, worden deze nader toegelicht in figuur 3.1.



Figuur 3.1 Marketingmix: 4 C-model (Bron: Indora, Z.D.; Mgirly, 2015)

Het huidige marketingbeleid wordt duidelijk aan de hand van deze vier pijlers. Hiernaast wordt een BCG-matrix en het Ansoff-model gebruikt om het marktaandeel, de marktgroei en de mogelijke groeistrategieën te beschrijven.

### 3.2.2 BCG-matrix

Voor het analyseren van het portfolio van Apollo Vredestein BCG-matrix gebruikt. Met dit marketing-model wordt het relatief marktaandeel en de marktgroei in kaart wordt gebracht. Door dit te onderzoeken kan aan de hand van de uitkomsten beargumenteerde beslissingen worden genomen. Deze beslissingen hebben betrekking tot het portfolio en de te volgen strategieën. In onderstaand figuur (figuur 3.1) staat het relatief marktaandeel op de horizontale as, waarmee het marktaandeel van een product of dienst ten opzichte van de grootste speler op de markt wordt aangeduid. De verticale as betreft de marktgroei, waarmee de groei van een product of dienst wordt bedoeld.

Tabel 3.1 BCG-matrix (Bron: Muilwijk, 2015)

|            |      |          |               |
|------------|------|----------|---------------|
| Marktgroei | Hoog | Star     | Question Mark |
|            | Laag | Cash Cow | Dog           |
|            |      | Hoog     | Laag          |

Relatief marktaandeel

De vier invullingen van de BCG-matrix zijn 'Star', 'Question Mark', 'Cash Cow' en 'Dog'. Te zien is dat 'Question Mark' een laag marktaandeel en een hoge marktgroei betreft, wat inhoudt dat deze producten of diensten weinig opleveren en veel geld kosten. De strategie met hoog marktaandeel en hoge marktgroei gaat over 'Star'. Deze producten en diensten zijn de leiders in de markt en genereren veel geld. Echter moet veel geïnvesteerd worden om deze positie aan te houden, waardoor de netto opbrengst veelal gering is. Producten en diensten die vallen onder 'Cash Cow' leveren een hoog marktaandeel en een lage marktgroei. Deze strategie put de producten en diensten helemaal uit, waardoor minder investeringen nodig zijn, wat meer opbrengsten opleveren. De laatste strategie, 'Dog', kent een laag marktaandeel en een lage marktgroei. Hierbij wordt weinig winst behaald, maar kent eveneens lage kosten.

### 3.2.3 Ansoff-model

Het doel van deze scriptie betreft het verhogen van de omzet van het B2B-platform van Apollo Vredestein, wat gerealiseerd moet worden door middel van het verhogen van de ordergroottes en het verhogen van de gebruikersaantallen. Door het Ansoff-model toe te passen, wordt gekeken waar de producten van Apollo Vredestein nu staan en hoe eventuele strategische groeistrategieën eruit kunnen zien. Binnen dit groeimodel worden het product en de markt aan elkaar gerelateerd. Hierdoor kan nagedacht worden over diverse groeirichtingen, namelijk marktpenetratie, productontwikkeling, marktontwikkeling en diversificatie. In tabel 3.2 is een visuele weergave weergegeven van dit model.

Tabel 3.2 Ansoff-model (Bron: Muilwijk, 2015)

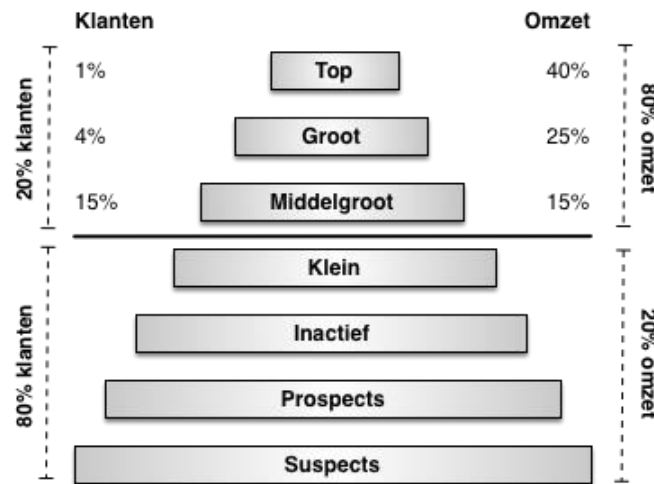
|                   |                     |                     |
|-------------------|---------------------|---------------------|
|                   | Bestaande producten | Nieuwe producten    |
| Bestaande markten | Marktpenetratie     | Productontwikkeling |
| Nieuwe markten    | Marktontwikkeling   | Diversificatie      |

De vier groeirichtingen hebben verschillende kenmerken en doelen. Marktpenetratie betreft het verkopen van bestaande producten op bestaande markten, met als doel het vergroten van het huidige marktaandeel. De twee manieren om dit te behalen is: klanten van de concurrent winnen of huidige klanten meer dezelfde producten te verkopen. De groeirichting

omtrekt marktontwikkeling gaat over het verkopen van bestaande producten op nieuwe markten, wat als doel heeft om via nieuwe markten, huidige producten meer te gaan verkopen. Dit kan erg winstgevend zijn, tenzij het product aangepast moet worden voor de nieuwe markt, wat vermindering van opbrengst door investeringen tot gevolg heeft. Bij productontwikkeling worden nieuwe producten aan bestaande klanten verkocht. Dit kan als introductie ter vervanging van de (oude) huidige producten en als cross-selling, wat inhoudt dat andere producten naast het huidige product verkocht wordt. De diversificatie groeistrategie betekent een nieuw product in een nieuwe markt. Aan deze laatste strategie zijn veel risico's verbonden, aangezien geen garantie voor successen zijn. Veelal wordt deze strategie gebruikt om op zoek te gaan naar nieuwe succesvolle producten (Muilwijk, 2015).

### 3.2.4 Klantsegmentatie

In het eerste deel van het bureauonderzoek van de externe analyse wordt een klantsegmentatie gemaakt om inzichtelijk te maken welke klanten welk deel van de omzet betreffen, volgens het Pareto-effect (20 procent van de klanten genereren 80 procent van de omzet). In de onderstaande afbeelding (figuur 3.2) wordt een beeld gegeven van het segmentatie model.



Figuur 3.2 Klantsegmentatie van Curry (Bron: Strategischmarketingplan, 2017)

In dit figuur is te zien dat de eerste 20% van de klanten is verdeeld in drie segmenten, namelijk top, groot en middelgroot, wat respectievelijk 1%, 4% en 15% van de klanten inhoudt. 1% van de klanten zorgt voor 40% van de omzet, 4% van de klanten zorgen voor 25% van de omzet en 15% van de klanten zorgen voor 15% van de omzet. Het onderste deel in het figuur bestaat uit 80% van de klanten wat voor 20% van de omzet zorgt, verdeeld in klein, inactief, prospects en suspects. In deze scriptie worden meerdere segmenten onderzocht naar verhouding van omzet. Binnen Apollo Vredestein zijn deze vier segmenten zijn verdeeld in top level customers, senior level customers, medium level customers en entry level customers. In het zesde hoofdstuk van deze scriptie worden deze segmenten geanalyseerd en wordt duidelijk hoeveel procent van de klanten in welk segment zit. Ook moet duidelijk worden welke kenmerken en eigenschappen de klanten in deze segmenten hebben.

### 3.2.5 Nulmeting en productfocus

Om de stand van zaken tijdens aanvang van de scriptie vast te stellen, wordt door middel van deze nulmeting de startpositie bepaald. Dit is het moment waarnaar gerefereerd wordt tijdens deze scriptie. De data voor dit nulpunt wordt uit het B2B-platform van Apollo Vredestein verkregen. Naar aanleiding van deze nulmeting is het mogelijk om naast het begin, ook het effect tijdens en achteraf te meten. Tevens is het door het monitoren van de vooruitgang mogelijk om sterke en zwakke punten te benoemen en daar het gehele proces rekening mee te houden (Graauw, Z.D.). In hoofdstuk vijf wordt duidelijk beschreven over welke periode, producten en segmenten deze nulmeting gemeten is. Als onderdeel van de nulmeting wordt gekeken naar focus van de klanten aangaande de producten. Hierbij wordt gekeken naar de meest verkochte producten via het B2B-platform. Nadat deze data uit het B2B-platform verkregen is, kunnen hier aanbevelingen en acties aan verbonden worden.

### 3.2.6 DESTEP-analyse

In de externe analyse wordt de markt aan de hand van het DESTEP-model onderzocht. Dit model is een middel waarmee een goed beeld verkregen wordt van de externe omgeving waarin Apollo Vredestein actief is. Binnen dit model worden demografische (kenmerken van de bevolking), economische (kenmerken die de economie beschrijven), sociaal/culturele (kenmerken van de cultuur en leefgewoonten), technologische (kenmerken van de ontwikkelingen), ecologische (kenmerken van de fysieke omgeving) en politiek/juridische (kenmerken van overheidsbeslissingen) omgevingsfactoren uitgelegd die invloed hebben op de bedrijfsvoering van Apollo Vredestein (Vliet, 2013). Deze analyse kan afgestemd worden op het

strategisch beleid van het B2B-platform. De huidige trends en ontwikkelingen die naar voren komen uit de analyse worden beschreven, waarna een voorspelling gemaakt wordt voor de toekomst.

#### 3.2.7 Belangrijke concurrenten

Voorafgaand het veldonderzoek wordt bureauonderzoek verricht om de belangrijkste concurrenten te analyseren. Hieruit moet naar voren komen welke concurrenten nader in deze scriptie onderzocht moeten worden door middel van kwalitatief onderzoek. Tijdens het veldonderzoek wordt ingegaan op de B2B-platformen van deze concurrenten, met name het gebruik van de klanten van deze platformen, de frequentie en de functionaliteit. Tevens wordt bureauonderzoek gedaan naar groothandels, waarna ook kwalitatief onderzoek verricht wordt. Tevens komt hier het gebruik van de klanten, functionaliteit en de voordelen van het kopen via groothandels aan de orde.

### 3.3 Kernbegrippen

Het huidige marketingbeleid wordt door interne analyse duidelijk. De onderdelen van dit deel van het bureauonderzoek moeten een goed beeld van het huidige beleid van Apollo Vredestein weergeven. De huidige klanten kunnen gemeten worden in de back-end van het B2B-platform van Apollo Vredestein. Vanuit dit platform kunnen ook de mate waardoor het per klant gebruikt wordt, gemeten worden. De ontwikkelingen in de markt worden gemeten aan de hand van de DESTEP-analyse, vervolgd door antwoorden uit het kwalitatief onderzoek. Door middel van een concurrentieanalyse wordt gekeken welke concurrenten van Apollo Vredestein de belangrijkste zijn, die meegenomen moeten worden binnen dit onderzoek. Vervolgens wordt door middel van kwalitatief onderzoek vragen gesteld omtrent de inhoud van de bestelportalen van zowel concurrenten als groothandelaren.

Het bureauonderzoek is verdeeld in een interne en externe analyse. Dit wordt in het hoofdstuk omtrent onderzoeksresultaten beschreven. Het is lastig om dit meetbaar te maken, aangezien de data uit bureauonderzoek naar voren komt. De middelen die hiervoor gebruikt worden zijn in de vorige paragrafen besproken. De data uit het veldonderzoek wordt gesorteerd en geanalyseerd, wat inhoudt dat hier ook conclusies en aanbevelingen uit voort komen. De combinatie van informatieverzameling door bureau- en veldonderzoek moet leiden tot goede resultaten.

## Hoofdstuk 4 Beschrijving en verantwoording onderzoekopzet

In dit hoofdstuk staat de beschrijving en verantwoording van de onderzoekopzet centraal. De paragrafen omtrent de onderzoekopzet omvatten verbanden tussen doelstelling en g, verantwoording, operationalisering van kernbegrippen, uitleg van onderzoekseenheden, populatie, steekproef en benadering, de registratie en coderen van verzamelde gegevens. Tevens wordt uitleg gegeven over de data-analyse, wijze van weergave en interpretatie van verkregen gegevens. In de laatste paragraaf worden bijzonderheden en veranderingen in de opzet besproken.

### 4.1 Verbanden

Zoals in het eerste hoofdstuk van deze scriptie beschreven, bestaat de doelstelling van dit project uit de onderzoeksdoelstelling en de praktijkdoelstelling. Respectievelijk zijn deze invulling geven voor het B2B-platform van Apollo Vredestein en optimaliseren van het B2B-platform wat moet leiden tot een omzetgroei van 20 procent door stijging van de gebruikersaantallen en stijging van de ordergroottes. Door het verbeteren van het platform zal de klant een beter en overzichtelijk platform ervaren. Om dit te bereiken is een probleemstelling opgesteld, wat verdeeld is in meerdere onderzoeksvragen. Deze probleemstelling omvat: Op welke wijze moet Apollo Vredestein invulling geven aan de positionering van haar B2B-platform wat moet leiden tot 20 procent omzetgroei door stijging van de ordergroottes en stijging van de gebruikersaantallen? Deze probleemstelling is onderverdeeld in meerdere onderzoeksvragen, namelijk aangaande huidig marketingbeleid (cluster 1), klanten (cluster 2), markt (cluster 3) en concurrenten (cluster 4).

Tabel 4.1 Onderzoeksvragen per cluster

| Cluster                   | Onderzoeksvraag                                                                                                                            |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Huidig marketingbeleid | Op welke wijze wordt het marketingbeleid van Apollo Vredestein gevoerd?                                                                    |
| 2. Klanten                | Wie zijn de huidige klanten die Apollo Vredesteins B2B-platform momenteel gebruiken en in welke mate wordt het platform door hen gebruikt? |
| 3. Markt                  | Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de markt van Apollo Vredestein?                                                                    |
| 4. Concurrenten           | Op welke wijze kan Apollo Vredestein zich onderscheiden ten opzichte van haar concurrenten?                                                |

De in tabel 4.1 weergegeven onderzoeksvragen moeten tot beantwoording van de probleemstelling leiden. Voor de opgestelde onderzoeksvragen worden twee verschillende onderzoekstypen gebruikt. Deze twee worden in de komende subparagraaf besproken.

#### 4.1.1. Onderzoekstypen

De onderzoekstypen die in de projectopzet per cluster (bijlage 4) beschreven worden betreffen beschrijvend en toetsend onderzoek. Beschrijvend onderzoek betreft het registreren en ordenen van een bepaald verschijnsel. Veelal gebeurt dit door middel van opgestelde regels met 'wat' of 'hoe'-vragen. Hiervoor kunnen geen hypothesen worden opgesteld. Het tweede type onderzoek betreft toetsend onderzoek, waarbij hypothesen worden opgesteld en vervolgens getoetst worden. In tabel 4.2 en 4.3 wordt respectievelijk de beschrijvende en toetsende subvragen van het onderzoek besproken.

Tabel 4.2 Beschrijvende subvragen van het onderzoek

| Onderzoekstype | Cluster                   | Nr. | Subvraag                                                                          |
|----------------|---------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Beschrijvend   | 1. Huidig marketingbeleid | 1.1 | Wat zijn Apollo Vredesteins marketinginstrumenten?                                |
|                | 1. Huidig marketingbeleid | 1.2 | Wat zijn de huidige kenmerken van de producten en diensten van Apollo Vredestein? |
|                | 2. Klanten                | 2.1 | Hoe ziet de klantsegmentatie van Apollo Vredestein eruit?                         |
|                | 2. Klanten                | 2.2 | Wat is het huidige gebruik van het B2B-platform door de klanten?                  |
|                | 2. Klanten                | 2.3 | Op welke producten van het B2B-platform ligt de focus van de klanten?             |
|                | 3. Markt                  | 3.1 | Wat zijn de huidige trends en ontwikkelingen?                                     |
|                | 4. Concurrentie           | 4.1 | Wat zijn Apollo Vredesteins belangrijkste concurrenten?                           |

De bovenstaande subvragen betreffen beschrijvend onderzoek. Hierbij worden de vragen beantwoord door bureauonderzoek, om inzicht in de stand van zaken omtrent de verschillende clusters te krijgen. De subvragen 1.1 en 1.2 worden de huidige marketinginstrumenten van Apollo Vredestein en de kenmerken van haar producten en diensten onderzocht. In de subvragen onder het segment 'Klanten' wordt duidelijk welke klantsegmenten Apollo Vredestein kent, alsmede het gebruik van deze klanten van het B2B-platform en waar de focus op gevestigd is. In subvraag 3.1 wordt door middel van een DESTEP-analyse geanalyseerd welke huidige trends en ontwikkelingen in de omgeving van Apollo Vredestein plaatsvinden.



Tabel 4.3 Toetsende subvragen van het onderzoek

| Onderzoekstype | Cluster         | Nr. | Subvraag                                                                                                       |
|----------------|-----------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Toetsend       | 2. Klanten      | 2.4 | Wat zijn de huidige behoeftes van de klanten?                                                                  |
|                | 3. Markt        | 3.2 | Waar moet Apollo Vredestein in de toekomst rekening mee houden?                                                |
|                | 4. Concurrentie | 4.2 | Wat zijn de verschillen tussen het B2B-platform van Apollo Vredestein en het B2B-platform van de concurrenten? |

De subvragen in figuur 4.2 zijn toetsende vragen. De vragen die dit type onderzoek aangaan, worden door middel van interviews afgenomen. Het antwoord op subvraag 2.4 moet inzicht geven in de huidige behoeftes van klanten. De tweede subvraag die toetsend onderzoek betreft gaat over het toekomstperspectief waar Apollo Vredestein rekening mee moet houden. Het derde punt wat duidelijk wordt naar aanleiding van de interviews zijn de verschillen tussen Apollo Vredestein en haar concurrenten, zoals frequentie van gebruik van platformen en de functionaliteit hiervan.

#### 4.1.2 Invulling van het onderzoekstypen

De onderzoeksactiviteiten die onderdeel van deze scriptie zijn moeten leiden tot beantwoording van de probleemstelling. Om dit te kunnen realiseren zijn diverse activiteiten beschreven in het vorige hoofdstuk. De resultaten worden behaald door middel van interne en externe analyse. De interne analyse behoort tot cluster 1, het huidige marketingbeleid van Apollo Vredestein. Deze interne analyse is onderverdeeld in een marketingmix (4 C-model), een BCG-matrix en het groeimodel van Ansoff, wat allemaal door middel van bureauonderzoek wordt verkregen. De externe analyse betreft cluster 2 (klanten), cluster 3 (markt) en cluster 4 (concurrentie). Bureauonderzoek wordt ook in de externe analyse gebruikt om informatie te verkrijgen, ditmaal voor het maken van een klantsegmentatie, een nulmeting van het B2B-platform en het inzichtelijk krijgen van de productfocus van de klanten. Tevens wordt een DESTEP-analyse verricht, alsmede een analyse van de belangrijkste concurrenten die mee moeten worden genomen binnen deze scriptie. In bijlage 5 wordt een specifiekere weergave van de projectopzet weergegeven, inclusief activiteiten per cluster.

Alvorens de interviews, wordt het bureauonderzoek verricht. De output van het bureauonderzoek moet zorgen voor input voor de interviews. De interviews zullen halfgestructureerd zijn. Hierbij staan de interviewonderwerpen vast, waar van af kan worden geweken indien dit naar voren komt in de interviews. De vooraf opgestelde onderwerpen en interviewvragen worden nader toegelicht in bijlage 6 van deze scriptie.

## 4.2 Verantwoording

In de komende subparagrafen worden argumenten gegeven voor de gebruikte middelen, zoals besproken in de vorige paragraaf. In de eerste subparagraaf worden de middelen voor de interne analyse besproken, waarna in de tweede subparagraaf de middelen voor de externe analyse worden besproken.

### 4.2.1 Interne analyse

#### Marketingmix 4 C-model

Door het uitvoeren van een interne analyse aangaande de marketingmix aan de hand van de 4 C's wordt het huidige marketingbeleid overzichtelijk, met focus op de klantgerichtheid van Apollo Vredestein. Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven, is dit 4 C-model een vernieuwing van het traditionele 4 P-model. Dit traditionele model betreft een productgerichte focus. Aangezien deze scriptie over het B2B-platform van Apollo Vredestein gaat, waar de focus op de klant ligt, is het 4 C-model sterker van toepassing dan het 4 P-model. Het 4 C-model is een vernieuwde versie van de 4 P's, wat bekend staat als een krachtige marketing tool (Hurk, Z.D.; Vliet, 2013). Deze 4 P's zijn over het algemeen alleen van toepassing op de consumentenmarkt (B2C), vandaar de keuze is gemaakt om gebruik te maken van het 4 C-model die meer op de B2B-markt gericht is.

#### BCG-matrix

De BCG-matrix wordt beschreven in deze scriptie om aan te duiden wat het (relatieve) marketaandeel en de marktgroei van Apollo Vredestein is. De uitkomsten van de matrix kunnen leiden tot beslissingen met betrekking tot het portfolio en de komende strategieën. Het kritiek op het gebruiken van de BCG-portfolioanalyse betreft dat het relatieve marktaandeel moeilijk vast te stellen is en het geen inzicht geeft op de gewenste strategieën. Kleijn & Rorink (2009) geven aan dat een goede kanttekening is dat het goed te combineren is met het Ansoff-model. Tevens geven zij aan dat de BCG-matrix een van de meeste gebruikte modellen is om een portfolio te analyseren en dat dit onderdeel sleutelementen zijn om de ondernemingsactiviteiten in kaart te brengen. Om een goed beeld van het huidige marketingbeleid te krijgen, wordt naast het 4 C-model de mogelijke groeistrategieën beschreven.

#### Ansoff-model

Door het analyseren van het groeimodel van Ansoff op het beleid van Apollo Vredestein komen mogelijke strategische groeistrategieën tot stand die kunnen leiden tot het bereiken van het doel van deze scriptie, namelijk het verhogen van de omzet door middel van het verhogen van de ordergroottes en het verhogen van de gebruikersaantallen. Trott (2008) geeft aan dat kritiek op het Ansoff-model gaat over het feit dat het model vanuit gaat dat mogelijke groeistrategieën bestaan, wat

in niet alle situaties het geval is. Ondanks kritiek op dit model, blijft het groeimodel van Ansoff een waardevol instrument, omdat dit het strategische proces voor groei ondersteunt (Kleijn & Rorink, 2005).

#### 4.2.2 Externe analyse

##### **Klantsegmentatie**

Zoals in paragraaf 3.3.4 beschreven wordt een klantsegmentatie uitgevoerd om inzichtelijk te krijgen welke klanten verantwoordelijk zijn voor welk deel van de omzet. Door het analyseren van de segmenten is het mogelijk om conclusies te trekken per klantsegment. De kenmerken en eigenschappen per segment moeten duidelijk worden naar aanleiding van de segmentatie in combinatie met het kwalitatieve onderzoek.

##### **Nulmeting en productfocus**

Een nulmeting wordt uitgevoerd, wat voor het begin van het project staat. Deze nulmeting wordt verricht over de data uit de back-end van het B2B-platform. In dit systeem wordt alle precieze data opgeslagen van de bezoekers van het B2B-platform. Data als omzet, verkochte banden, gemiddelde orderwaarde, conversieratio, verkopen per klant en productsegmenten worden meegenomen in de nulmeting. Het maken van de nulmeting is belangrijk om resultaten objectief te kunnen meten (Managementgoeroes.nl, 2014). Hiervoor wordt de huidige situatie geanalyseerd. Aan het eind van het project wordt gekeken in hoeverre de nieuwe resultaten verbeterd zijn ten opzichte van de nulmeting.

##### **DESTEP-analyse**

De omgevingsfactoren van Apollo Vredestein worden onderzocht door middel van de DESTEP-analyse. Om de externe omgeving beter in kaart te brengen, wordt deze analyse gemaakt die betrekking heeft op het B2B-platform. Verbeek (2011) benoemt de kritiek op dit model, namelijk dat veel onderzoekers de gegevens interpreteren aan de hand van een beeld die zij reeds voor aanvang van de scriptie hadden. Om dit te voorkomen, wordt objectief gekeken naar de uitkomsten van de DESTEP-analyse. De bevindingen van de DESTEP worden meegenomen als input de marketingstrategieën en als deel van de SWOT-analyse.

##### **Belangrijke concurrenten**

Om uitspraken te kunnen doen over B2B-platformen van concurrenten, moet voorafgaand het kwalitatief onderzoek naar concurrenten bepaald worden welke concurrenten meegenomen worden binnen dit onderdeel van de scriptie. Dit deel van de externe analyse wordt door bureauonderzoek duidelijk.

#### 4.2.3 Kwalitatief onderzoek

Naast het verrichten van bureauonderzoek wordt veldonderzoek verricht. Door middel van interviews wordt data van klanten verkregen. Data wordt door middel van 11 interviews bemachtigd. Door de opgestelde interviewvragen, die ook intern zijn afgestemd met diverse afdelingen, wordt de juiste informatie van de respondenten gevraagd. Deze data leidt tot input voor de SWOT-analyse die in hoofdstuk 9 opgesteld wordt.

#### 4.2.4 Kwantitatief onderzoek

Het kwantitatieve onderzoek wordt verricht via Intercom. Intercom is een applicatie op het B2B-platform van Apollo Vredestein die mogelijkheid biedt om persoonlijk te communiceren met de gebruikers van dit platform. Door dit te integreren op de website is het mogelijk geworden om de acties van de klanten live te volgen. De applicatie van Intercom biedt vier mogelijke communicatievormen (Intercom, Z.D.). De eerste vorm is een website live chat, wat de mogelijkheid biedt om live te chatten met bezoekers op de website (Website Live Chat). Tevens is het mogelijk om doelgerichte, geautomatiseerde berichten te gebruiken om nieuwe kenmerken duidelijk te maken en klanten te laten binden (Customer Engagement). De derde mogelijkheid is het bieden van antwoorden op veel gestelde vragen (Knowledge Base). Het persoonlijk helpen van klanten met behulp van een in-app chat, email en sociale media is de laatste vorm van Intercom (Help desk).

De vorm die wordt gebruikt voor het uitsturen en ontvangen van data voor het kwantitatief onderzoek is de tweede vorm van Intercom, namelijk doelgerichte, geautomatiseerde berichten sturen. Een doelgericht bericht wordt uitgestuurd naar alle klanten met bepaalde onderwerpen over het B2B-platform van Apollo Vredestein. Het doel is om respons te ontvangen van 20 klanten. Mogelijke onderwerpen om te vragen in het kwantitatief onderzoek zijn productinformatie weergegeven op het platform, behoefte aan een live chat, verkoop tips in blogs, zoekmogelijkheden op het platform, sorteermogelijkheden op levertijd en prijs, een snelle bestelmogelijkheid (quick order), een mogelijkheid om een oude order opnieuw te bestellen of bijvoorbeeld het bestellen in sets.

In overleg met Apollo Vredestein is gekozen voor drie onderwerpen die getoetst gaan worden via Intercom. Deze onderwerpen zijn productinformatie, quick order en bestellen in sets. Uit de interviews is naar voren gekomen dat andere bestelportalen meer productinformatie bieden. Door deze aanvullende informatie wordt bijvoorbeeld de afrolomtrek of de diameter van de band bekend. Om ook bij andere klanten te testen of deze informatie nodig is bij de aankoop van banden, wordt de vraag 'Is de productinformatie die wij op dit platform bieden voldoende, of mist u nog iets?' gesteld. Het tweede



onderwerp wat aan bod komt is het instellen van een snelle bestelmogelijkheid. Hetgeen wat gevraagd wordt is: ‘Een quick order is het bestellen door slechts één keer te bevestigen. Zou deze snelle bestelmogelijkheid uw bestelproces vereenvoudigen?’. De geïnterviewde klanten gaven aan dat ze de bestelmogelijkheid goed vinden, maar met te veel kliks voordat het daadwerkelijk besteld is. Door een zogenoemde quick order (snelle bestelmogelijkheid) zal het aantal kliks aanzienlijk afnemen, aangezien dan nog slechts één klik op de knop genoeg is. De laatste vraag die aan de respondenten gesteld werd ging over het bestellen in sets, bijvoorbeeld sets van vier banden. Omdat de klanten in de bandenwisselperioden weinig tijd hebben om producten te bestellen, geeft een mogelijkheid van bestellen in sets mogelijk meer gemak voor de klanten. De derde vraag luidde: ‘Zou het bestelproces gemakkelijker worden wanneer in de lijstweergave sets van vier banden besteld kunnen worden?’. Voorafgaand de vragen werd een korte inleiding gegeven, en achteraf werd gevraagd of toevoegingen en andere aandachtspunten belangrijk zijn om mee te nemen. In bijlage 7 staat een voorbeeld van een conversatie beschreven.

#### 4.2.5 SWOT-analyse

Naar aanleiding van de resultaten van de interne en externe analyse wordt een SWOT-analyse opgesteld. Door middel van deze analyse worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van Apollo Vredestein inzichtelijk. Na het opstellen van de SWOT-analyse worden conclusies en aanbevelingen gedaan aangaande het B2B-platform. Naar voren komen de gunstige en/of ongunstige interne en externe factoren die van toepassing zijn op Apollo Vredestein (NOA, 2013).

### 4.3 Operationalisering van kernbegrippen

Door de operationalisering van kernbegrippen in de probleemstelling en onderzoeksvragen, worden deze begrippen nader toegelicht. Hierdoor wordt aangegeven hoe de begrippen moeten worden geïnterpreteerd en daarna empirisch te meten zijn (Scriptium, Z.D.). Door dit duidelijk te beschrijven kunnen misverstanden voorkomen worden.

**B2B-platform** – De website waarop de klanten (B2B) van bandenfabrikant Apollo Vredestein banden kunnen kopen. De toegang is slechts voor de klanten beschikbaar door middel van een inlognaam en wachtwoord. Na het inloggen krijgt de klant informatie te zien omtrent de producten, zoals de prijzen, de specificaties en de beschikbaarheid. Via dit platform is het mogelijk om banden te kopen.

**Klanten** – Hieronder worden de Nederlandse klanten van Apollo Vredestein verstaan. Dit zijn de bandendealers, welke georganiseerd kunnen zijn, zoals Kwik-Fit en Profile Tyrecenter, maar ook ongeorganiseerde bandendealers, die dus niet aangesloten zijn bij een landelijke keten of franchise. Deze dealers nemen de banden af en monteren ze op hun beurt op de auto's van de consumenten.

**Ordergroottes** – Een van de twee onderdelen van de probleemstelling om de omzet te verhogen betreft de stijging van de ordergroottes van klanten op het B2B-platform van Apollo Vredestein. Onder de stijging van de omzet door het verhogen ordergroottes wordt verstaan het verhogen van de verkopen door middel van het stijging in het aantal producten die per bestelling gekocht worden.

**Gebruikersaantallen** – De omzetgroei door stijging van de gebruikersaantallen betreft de verhoging van de verkopen door middel van de stijging van de actieve gebruikers die het B2B-platform van Apollo Vredestein gebruiken.

**Omzetstijging** - Het doel van dit onderzoek is het realiseren van een omzetstijging van 20 procent. De periode waarbinnen deze 20 procent behaald moet worden is 12 maanden nadat dit onderzoek gestart is.

**Marketingbeleid** – Marketing beleid omvat vastgestelde doelstellingen voor het B2B-platform van Apollo Vredestein. Tevens wordt het beleid gevormd door vastgestelde marketinginstrumenten die hieraan bijdragen.

**Trends en ontwikkelingen** – Alle huidige trends en ontwikkelingen en het toekomstperspectief aangaande de omgeving van bandenfabrikant Apollo Vredestein.

**Concurrenten** – De concurrenten van Apollo Vredestein betreffen andere bandenfabrikanten, alsmede groothandelaren die banden van fabrikanten verkopen. De analyse moet inzichtelijk maken welke concurrenten meegenomen worden binnen deze scriptie.

### 4.4 Onderzoekseenheden, populatie, steekproef en benadering

De data wordt verzameld bij klanten van Apollo Vredestein. Deze klanten zijn verkregen van het Nederlandse verkoopkantoor van Apollo Vredestein. Deze klanten worden telefonisch benaderd om een afspraak te maken voor de interviews. Hierbij wordt aangegeven wat het doel van de interviews zal zijn, alsmede voor wie dit onderzoek wordt uitgevoerd en door wie de interviews worden afgenomen.

De totale populatie van dit onderzoek betreft de Nederlandse klanten van Apollo Vredestein. Deze populatie wordt ingeperkt door middel van de operationele populatie: de klanten van Apollo Vredestein die het B2B-platform gebruiken om banden te kopen. De operationele populatie is 265 klanten. Dit gegeven komt voort uit het B2B-platform, gemeten over 2016.

De steekproef is echter kleiner dan de operationele populatie, namelijk 25 klanten. Dit is een selectie uit de totale populatie ten behoeve van metingen omtrent de onderzoeksonderwerpen. Door van elk klantensegment een selecte groep te onderzoeken, zal de data uit de steekproef representatief genoeg zijn. Het type steekproef betreft halfgestructureerde interviews. Hierbij staan interviewonderwerpen vast, maar kan af worden geweken, wanneer belangrijke zaken naar voren komen uit de vragen van de interviewer.

#### 4.5 Registratie en codering van verzamelde gegevens

Na het verzamelen van de gegevens door middel van de interviews zijn deze interviews getranscribeerd (bijlage 8), waarbij woord voor woord op wordt geschreven wat in de interviews gezegd wordt. Vervolgens worden deze transcripten open gecodeerd (bijlage 9), waarbij bepaalde labels aan deze resultaten worden gehangen. Hierdoor wordt aangegeven wat het thema of onderwerp van dat onderdeel is. Na het open coderen wordt axiaal gecodeerd, waarbij de labels met elkaar vergeleken worden en daarbij een overkoepelend label krijgen (bijlage 10). Door de overkoepelende labels, wordt het mogelijk om selectiever te coderen, waarbij de hoofdcategorieën helpt bij het opbouwen van de theorie omtrent alle gevonden data. Hierdoor wordt het mogelijk relaties en verbindingen tussen de verschillende data te leggen.

#### 4.6 Data-analyse

De gecodeerde data uit de interviews wordt, zoals in de vorige paragraaf besproken, getranscribeerd, open gecodeerd, axiaal gecodeerd en als laatste selectief gecodeerd. Na deze stappen wordt de selectief gecodeerde data geanalyseerd, waarna input voor de SWOT-analyse omtrent het B2B-platform kan worden gemaakt. Naar aanleiding van deze SWOT-analyse is het mogelijk om conclusies en aanbevelingen op te stellen.

#### 4.7 Wijze van weergave en interpretaties van gegevens

Het analyseren van de gegevens, na selectief coderen, worden door middel van een SWOT-analyse inzichtelijk gemaakt. In deze analyse worden sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen omtrent het B2B-platform van Apollo Vredestein weergegeven. Naar aanleiding van deze resultaten worden conclusies en aanbevelingen beschreven voor het management van Apollo Vredestein.

#### 4.8 Bijzonderheden in de opzet

In deze paragraaf komen bijzonderheden aan bod omtrent veranderingen ten opzichte van het plan van aanpak. De belangrijkste veranderingen hebben betrekking tot het kwalitatief en kwantitatief onderzoek.

##### 4.8.1 Kwalitatief onderzoek

In het plan van aanpak werd beschreven dat 25 interviews verricht zouden worden. Echter is dit aantal veranderd. Voor het verkrijgen van data zijn 11 interviews verricht. Dit aantal is aanzienlijk lager, maar beïnvloed de betrouwbaarheid niet. De klanten die geïnterviewd zijn, zijn verdeeld de verschillende klantsegmenten. In hoofdstuk 6 staan deze klantsegmenten beschreven. De representatie van de doelgroep wordt in paragraaf 6.1.2 nader toegelicht.

##### 4.8.2 Kwantitatief onderzoek

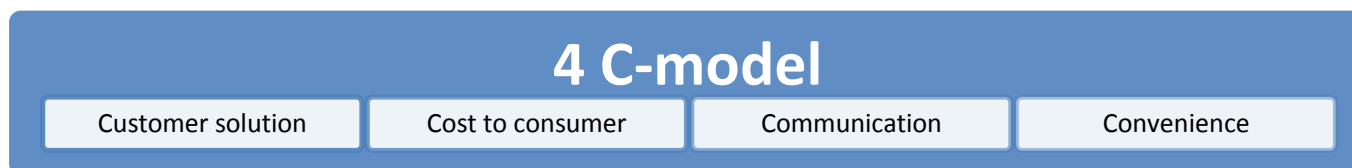
Door middel van kwalitatief en kwantitatief onderzoek wordt de data verkregen. In het plan van aanpak weergegeven dat het kwantitatief onderzoek door middel van enquêtes vergaard zou worden. Dit is veranderd naar mate het B2B-platform beter gebruikt werd door de onderzoeker. Door middel van het omgaan met een in-app service op het B2B-platform is de keuze gemaakt om via dit platform drie vragen te stellen over mogelijke verbeteringen aangaande de gebruiksvriendelijkheid en efficiëntie van het platform. De respons van het kwantitatieve onderzoek komt van 15 klanten. Dit aantal is lager dan de bedoeling, zoals in paragraaf 4.2.4 beschreven. Het doel was om van 20 klanten respons te krijgen. Echter is de respons minder. In paragraaf 6.3 wordt toegelicht waarom deze respons wel representatief is.

## Hoofdstuk 5 Interne analyse

In dit hoofdstuk wordt een interne analyse gemaakt van Apollo Vredestein. Deze analyse betreft een marketingmix aan de hand van het 4 C-model, wat het huidige klantgerichte marketingbeleid van Apollo Vredestein weer moet geven. In de tweede paragraaf wordt de BCG-matrix weergegeven waarin naar voren komt wat de marktgroei en het relatieve marktaandeel betreft. In de laatste paragraaf wordt het groeimodel van Ansoff besproken, waar duidelijk wordt welke strategieën Apollo Vredestein op dit moment uitvoert.

### 5.1 Marketingmix (4 C-model)

Door de marketingmix uit te voeren aan de hand van het 4 C-model wordt het mogelijk te beschrijven op welke manieren Apollo Vredestein werkt aan haar klantgerichtheid. De keuze om dit model te gebruiken komt voort uit de klantgerichtheid van dit model. Het traditionele 4 P-model (ook wel uitgebreid tot 7 P-model) wordt te productgericht geacht, waarbij belangrijke zaken niet besproken worden. Door het 4 C-model te gebruiken, komt de nadruk op de klantgerichtheid te liggen. Zoals in figuur 5.1 te zien zijn de vier pijlers binnen dit model customer solution, cost to consumer, communication en convenience.



Figuur 5.1 4 C-model (Bron: Indora, Z.D.)

Zoals in paragraaf 3.2.1 beschreven, heeft customer solution te maken met het bieden van oplossingen voor de problemen die anders naar voren zouden komen. Cost to consumer betreft het aanbieden van producten op de juiste manier voor de juiste prijs. Communication gaat over de inrichting van de website, evenals de mate waarin dit oproept tot interactie. De laatste pijler, convenience, heeft te maken met de plaats waar de producten aangeboden worden, met de daarbij horende gemakken. In de komende subparagraaf staan deze vier pijlers beschreven voor Apollo Vredestein.

#### 5.1.1 4 C-model van Vredestein

##### Customer solution

Apollo Vredestein verkoopt banden voor meerdere soorten voertuigen in meerdere types. Door deze verkoop worden oplossingen geboden voor de consumenten die auto rijden. De banden van het merk Vredestein verhogen de veiligheid voor de gebruiker van de banden. De focus van de veiligheid wordt mede bereikt door Apollo Vredesteins rijke voorgeschiedenis, de technologie en het design van de banden.

De rijke voorgeschiedenis van Vredestein heeft geleid tot de plek waar Apollo Vredestein nu staat: een vooraanstaande Europese fabrikant van topklasse banden. De banden met het merk Vredestein bevatten veel technologie: de banden worden ontwikkeld en geproduceerd om prestaties van ieder voertuig te maximaliseren. De laatste decennia heeft Apollo Vredestein grote stappen gemaakt omtrent veiligheid, wegligging en brandstofverbruik van de banden. Dit geldt voor zowel autobanden, tweewielerbanden en banden voor landbouw en industrie. Deze technologische ontwikkelingen worden gerealiseerd door het 'R&D Centre' van Apollo Vredestein, waarbij banden getest worden totdat de band gevonden wordt met de beste rubbercompound. Deze technologie is gecombineerd met een visie op het ontwerp van de banden van het merk Vredestein. Om dit uit te werken werkt Apollo Vredestein sinds 1997 samen met het Italiaanse ontwerpbureau van Giugiaro. Apollo Vredestein besteedt zelf ook veel aandacht aan het loopvlak en de zijanten van de banden. De afgelopen jaren ging Apollo Vredestein samenwerkingsverbanden aan met Premium Styling partners als Lumma Design, Hamann en Mansory. Hierdoor worden de banden met het merk Vredestein gebruikt onder de auto's van deze partners.

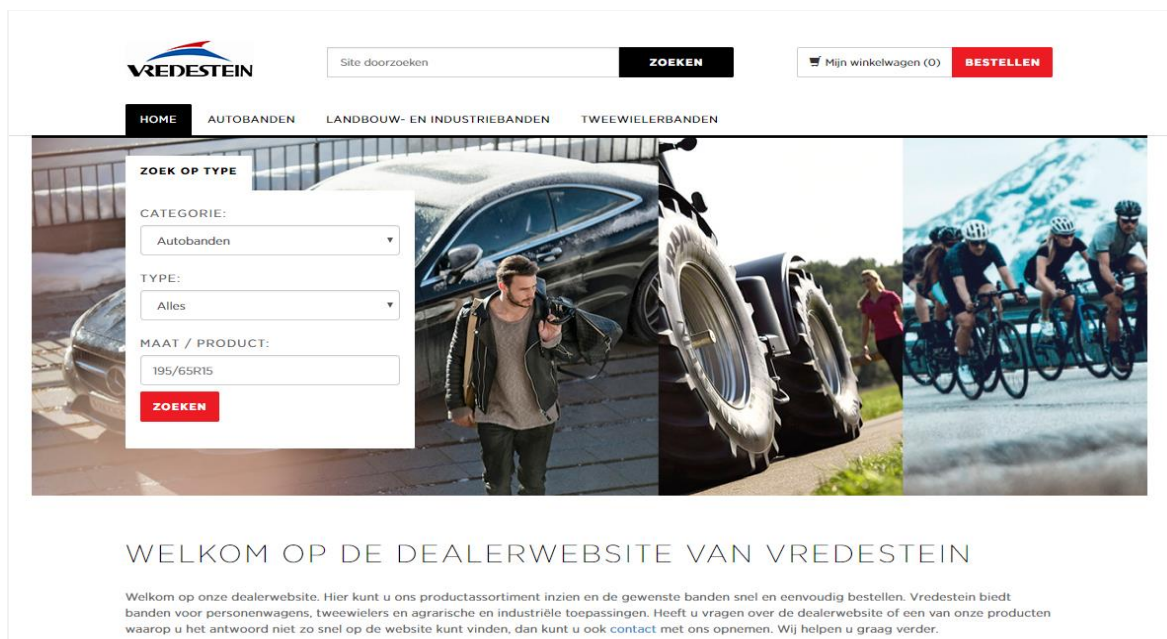
##### Cost to consumer

Door de gemakkelijke bestelmogelijkheden die het platform van Apollo Vredestein biedt, is het overzichtelijk om te zien welke banden op voorraad zijn, hoeveel deze banden kosten en wanneer de banden geleverd kunnen worden. Apollo Vredestein geeft aan dat zij 100 procent garanderen dat de banden de volgende dag geleverd kunnen worden. De voordelen om bij Apollo Vredestein te bestellen ten opzichte van groothandelaren, is de goede prijs-kwaliteitverhouding, alsmede de mogelijkheid om twee merken te leveren, namelijk Apollo en Vredestein. De klanten die bij Apollo Vredestein bestellen krijgen goede customer service en lokale support door een eigen accountmanager.

##### Communication

Het platform is beschermd en alleen toegankelijk voor klanten die toegang hebben door middel van gebruikersnaam en wachtwoord. Na inloggen krijgt de klant een overzicht om de juiste banden te kiezen door te selecteren op categorie, type, maat en product. De categorie betreft autobanden en landbouw- en industriebanden. Bij de mogelijkheid om het type autoband te selecteren kan een keuze gemaakt worden tussen zomer-, winter-, vierseizoenen-, runflat-, klassieke,

bestelwagen- en Premium Styling banden. Om vervolgens de keuze voor een maat of product te kiezen kan de klant een bandenmaat intypen, zoals 195/50R15 of 1955015. Een visuele weergave van deze mogelijkheden wordt weergegeven in figuur 5.2. Deze mogelijkheden worden aangeboden voor de segmenten autobanden en landbouw- en industriebanden. Banden voor tweewielers zijn niet via dit B2B-platform te bestellen.



Figuur 5.2 Dealerwebsite

### Convenience

De plaats waar de producten van Apollo Vredestein aangeboden worden is het B2B-platform. Dit is een online platform waar klanten van Apollo Vredestein, de bandendealers, producten kunnen bestellen. Dit verhoogt het gemak van de klant, aangezien zij de banden op alle (mobiele) apparaten kunnen bestellen, zolang dit apparaat toegang heeft tot het internet. Op dit platform staan de banden overzichtelijk weergegeven met de daarbij behorende prijs, beschikbaarheid en kenmerken van het product. Het voorbeeld hiervan wordt in figuur 5.3 weergegeven. Tevens wordt een korte introductie over de banden gegeven na kiezen van het product. De klanten kunnen zoeken op de gewenste bandenmaat of per auto, en voor een type band (zomer-, winter- en vierseizoenenband) en model van het product. Na kiezen van het juiste product, kan deze eenvoudig besteld worden.

VREDESTEIN

Site doorzoeken

ZOEKEN

Mijn winkelwagen (0)

BESTELLEN

HOME

AUTOBANDEN

LANDBOUW- EN INDUSTRIEBANDEN

TWEEWIELERBANDEN

ZOEK OP TYPE

ZOEK OP AUTO

195/65R15

| PROFIEL                     |   |        | BRUTO  | DEALER                                                                              | TYPE | SI | LI |    | OFFERTI                                                                               | AANTAL                                                                                                        |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|------|----|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 195/65 R 15 91 V Sportrac 5 |  3 mei >20                                                                           | 83,50  | 83,50  |  | V    | 91 | C  | B                                                                                                                                                                            |  | <div>0</div> <div></div> |
| 195/65 R 15 91 H Sportrac 5 |  3 mei >20                                                                           | 80,50  | 80,50  |  | H    | 91 | C  | B                                                                                                                                                                            |  | <div>0</div> <div></div> |
| 195/65 R 15 91 T T-Trac 2   |  3 mei >20                                                                           | 80,00  | 80,00  |  | T    | 91 | C  | A                                                                                                                                                                            |  | <div>0</div> <div></div> |
| 195/65 R 15 91 H Quatrac 5  | <div>TEST WINNER</div>  3 mei >20                                                    | 103,50 | 103,50 |  | H    | 91 | C  | C                                                                                                                                                                            |  | <div>0</div> <div></div> |

Figuur 5.3 Weergave na selecteren band (Bron:

## 5.2 BCG-matrix

Als onderdeel van de interne analyse wordt een BCG-matrix van Apollo Vredestein gemaakt om het relatief marktaandeel en de marktgroei in kaart te brengen. Aan de hand hiervan wordt het mogelijk beargumenteerde beslissingen te nemen omtrent het portfolio en de te volgen strategieën. Zoals in subparagraaf 3.2.2 aangegeven, bestaat dit model uit vier invullingen, te weten 'Star', 'Question Mark', 'Cash Cow' en 'Dog'.

### 5.2.1 Matrix van Apollo Vredestein

#### Stars – producten met snelle groei die hoge marges genereren

- De banden met inchmaten vanaf 17 inch en banden met snelheidsindicatie W en Y zijn snelgroeiende producten die hoge marges opleveren.
- De banden 'Wintrac xtreme S', 'Quatrac 5', 'Ultrac Vorti R', 'Ultrac Vorti' en 'Ultrac Satin' zijn producten met hoge marges die een groeiende omzet kennen. Deze banden worden binnen Apollo Vredestein ook wel genoemd als UHP-banden (Ultra High Performance). Deze banden zorgen voor uitstekende prestaties en hogere grip. Elk van deze banden kent weer specifieke karakteristieken, zoals bijzonder goede tractie en stuurprecisie onder alle omstandigheden (Wintrac xtreme S), lage rolweerstand, korte remweg op nat wegdek en uitzonderlijk stil (Quatrac 5), uitstekende tractie, grip en stabiliteit (Ultrac Vorti R), lage rolweerstand en betere remweg (Ultrac Vorti) en 12% beter rijgedrag op droog wegdek (Ultrac Satin).

#### Question marks – producten die potentie bieden voor Apollo Vredestein

- Het product 'Wintrac Ice' heeft potentie. Deze band is een band die in Scandinavië en enkele landen in Noordoost-Europa verkocht gaat worden voor strenge winterse omstandigheden. Deze band is daarvoor speciaal voorzien van spikes, om de grip en behendigheid op sneeuw en ijs te verhogen: 21% betere handling op ijs, 20% betere handling op sneeuw en 5% betere remweg op sneeuw. Dit product vervangt grotendeels de producten onder de naam Arctrac. De bandenmaten 13 en 14 inch worden niet vervangen: hiervoor wordt Arctrac verkocht.

#### Cash cows – producten met een stabiele omzet

- De banden met de naam 'Sportrac 5' kennen een relatief stabiele omzet wanneer het gaat om de 15 en 16 inch banden, maar verkopen goed in de markt. Deze zomerband kent een laag interieur en exterieur geluidsniveau, alsmede een korte remweg en uitstekende handling op droog en nat wegdek. Deze karakteristieken van de band geeft goede kwaliteit voor een goede prijs. Naast de 'Sportrac 5' kent ook de 'Snowtrac 5' (15 en 16 inch) en de 'Sprint Classic' een stabiele omzet, evenals goede verkopen. Respectievelijk kennen 'Snowtrac 5' en 'Sprint Classic' kenmerken als: perfecte handling op sneeuw en ijs, en optimale veiligheid en hedendaags comfort.

#### Dogs – producten die niet verder groeien, mogelijk krimpen of niet meer interessant zijn

- De banden met de maten 13 en 14 inch worden weinig meer verkocht. Dit heeft ook te maken met de komst van Chinese concurrentie. Deze concurrentie maakt voornamelijk kleine maten (13 en 14 inch) en worden erg veel geproduceerd en verkocht.
- Doordat de 'Arctrac' alleen nog geproduceerd gaat worden voor kleine maten is de 'Arctrac' geen groeiend product meer. Deze worden bewust slechts geproduceerd voor de kleinere maten die niet vervangen worden.

In de onderstaande tabel (tabel 5.1) staat deze input voor de BCG-matrix van Apollo Vredestein weergegeven. In deze samengevatte matrix is het mogelijk de betreffende producten en bijbehorende types (van de BCG-matrix) af te lezen.

Tabel 5.1 BCG-matrix Apollo Vredestein

| Marktgroei | Hoog | <b>Stars</b><br>- Banden > 17 inch<br>- Snelheidsindicatie W en Y<br>- UHP-banden (Wintrac xtreme S, Quatrac 5, Ultrac Vorti R, Ultrac Vorti en Ultrac Satin) | <b>Question Marks</b><br>- Wintrac Ice                 |
|------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|            | Laag | <b>Cash Cows</b><br>- Sportrac 5 (15 – 16 inch)<br>- Snowtrac 5 (15 – 16 inch)<br>- Sprint Classic                                                            | <b>Dogs</b><br>- Banden met 13 en 14 inch<br>- Arctrac |
|            |      | Hoog                                                                                                                                                          | Laag                                                   |
|            |      | Relatief marktaandeel                                                                                                                                         |                                                        |

### 5.3 Ansoff Groeimodel

Het Ansoff-model relateert bestaande en nieuwe markten, en bestaande en nieuwe producten aan elkaar. Hier kunnen diverse groeirichtingen uit opgemaakt worden, namelijk marktpenetratie, productieontwikkeling, marktontwikkeling en diversificatie. Deze groeimogelijkheden kunnen gebruikt worden voor het bepalen van het strategische beleid van Apollo Vredestein.

#### 5.3.1 Ansoff groeimodel van Apollo Vredestein

Apollo Vredestein is dagelijks bezig met marktpenetratie, het verkopen van bestaande producten in bestaande markten. Dit gebeurt via klanten (bandendealers) van Apollo Vredestein. De vraag van de consumenten (eindgebruikers) leidt tot bestellingen van banden door klanten van het B2B-platform, waarna ze geleverd worden en onder de juiste auto gemonteerd kunnen worden.

Naast de marktpenetratie worden producten vervangen of vernieuwd, wat valt onder productontwikkeling. De productontwikkelingen van Apollo Vredestein op dit moment zijn de Wintrac Ice (vernieuwde vervanger van 'Arctrac') en 'Sprint Classic Mille Miglia Limited Edition' (speciale editie van de 'Sprint Classic' in verband met de Mille Miglia). Deze nieuwe producten zijn respectievelijk vervangende en tijdelijk verkrijgbare producten, welke op de bestaande markt aangeboden worden.

Apollo Vredestein kent marktontwikkeling door middel van producten voor de OEM. Dit is de markt waarbij banden voor nieuwe auto's van autofabrikanten worden geleverd. Apollo Vredestein is hiervoor bezig om autobanden te leveren voor steeds meer automodellen van autofabrikanten. Dit betreffen bestaande producten voor nieuwe markten, namelijk de OEM-markt.

Apollo Vredestein verkoopt op dit moment geen nieuwe producten in nieuwe markten. Diversificatie vindt dus niet plaats binnen Apollo Vredestein.



## Hoofdstuk 6 Externe analyse: klanten

In het zesde hoofdstuk van dit scriptieverslag wordt de externe analyse over de klanten beschreven. In dit hoofdstuk wordt bureau- en veldonderzoek beschreven. Het bureauonderzoek heeft geleid tot een segmentatie van de klanten van Apollo Vredestein, een nulmeting van het B2B-platform en een productfocus van de klanten. Door middel van interviews is data verkregen, onder andere de wijze van bestellen van de klant, het bestelgedrag van de klant en de functionaliteit die een dergelijk platform moet hebben. In paragraaf 6.3 wordt data uit het kwantitatieve onderzoek beschreven.

### 6.1 Bureauonderzoek

Als onderdeel van de externe analyse wordt onderzocht hoe het gedrag van de klanten op het B2B-platform van Apollo Vredestein is. Hiervoor wordt een klantsegmentatie gemaakt, naar aanleiding van de data uit het systeem van het jaar 2016. Daarnaast wordt een nulmeting van het platform gemaakt, waarmee kengetallen berekend kunnen worden, zoals de gemiddelde orderwaarde per klant en de omzet per klant. Ook wordt data omtrent de producten uit het B2B-platform verkregen, waarmee de productfocus van de klanten duidelijk wordt.

#### 6.1.1. Klantsegmentatie

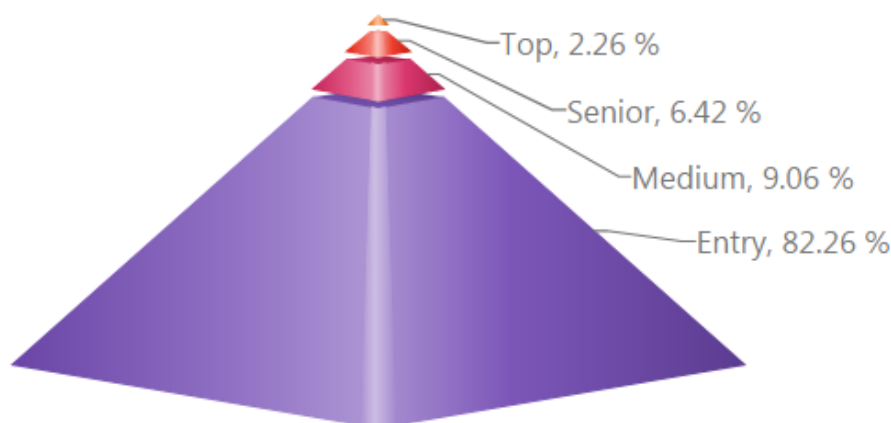
De klantsegmentatie is gemaakt naar aanleiding van de klantpiramide van Curry. Hierdoor wordt duidelijk welke klantsegmenten Vredestein heeft en welke eigenschappen de klanten in deze segmenten hebben. Deze segmentatie is gemaakt over de klanten van het B2B-platform in het kalenderjaar 2016. Door het complete kalenderjaar voor deze analyse te gebruiken, kan een goed beeld worden gegeven over het jaar, aangezien de verkoop autobanden seizoensgebonden is.

De vier segmenten van Apollo Vredestein zijn verdeeld in top level customers, senior level customers, medium level customers en entry level customers. In tabel 6.1 zijn deze segmenten te zien, uitgelegd met de klanten in procenten, het aantal klanten, de omzet in procenten, omzet en gemiddelde orderwaarde per klant over 2016.

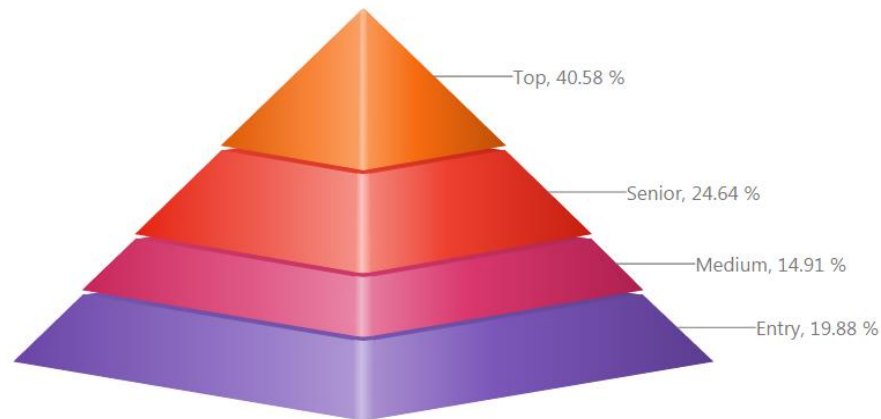
Tabel 6.1 Klantsegmentatie Vredestein van B2B-klanten in 2016 (excl. BTW)

| Segment      | Klanten in % | Aantal klanten | Omzet in % | Omzet in €     |
|--------------|--------------|----------------|------------|----------------|
| Top level    | 2,26%        | 6              | 40,58%     | € 2.594.299,46 |
| Senior level | 6,42%        | 17             | 24,64%     | € 1.575.059,60 |
| Medium level | 9,06%        | 24             | 14,91%     | € 952.921,31   |
| Entry level  | 82,26%       | 218            | 19,88%     | € 1.270.652,12 |

Uit de bovenstaande tabel is op te maken dat 2,26% van de klanten voor 40,58% van de totale omzet zorgen in het top level segment. In het senior level segment realiseren 6,42% van de klanten 24,64% van de totale omzet. 9,06% van de totale klanten bevinden zich in het medium level segment en verwezenlijken 14,91% van de totale omzet, en het entry level segment heeft de meeste klanten, namelijk 82,26% van de klanten, en zorgen samen voor 19,88% van de omzet. In figuur 6.1 wordt de klantpiramide weergegeven in procenten van de totale klanten van het B2B-platform van Vredestein over het jaar 2016. In figuur 6.2 zijn de segmenten op basis van de omzet in procenten over het jaar 2016 weergegeven.

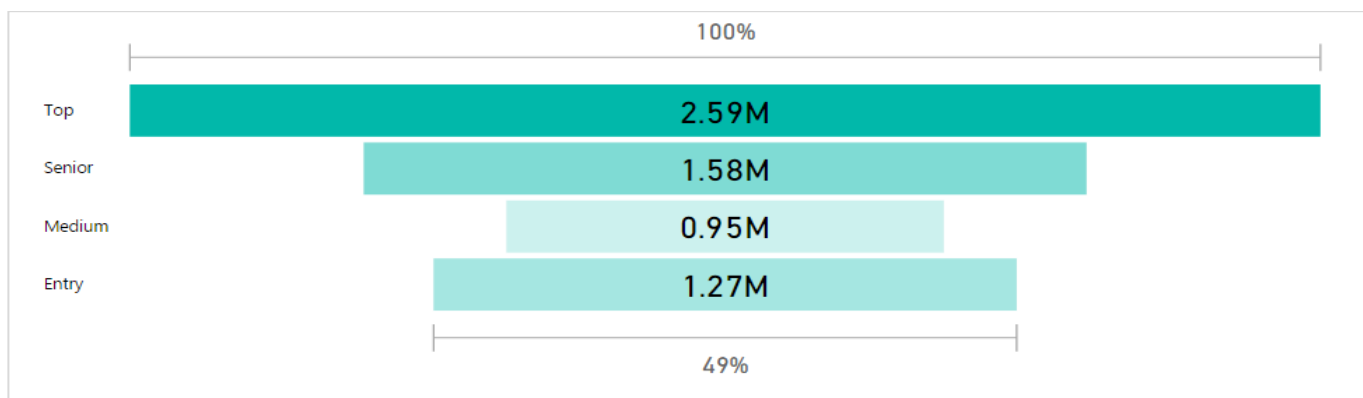


Figuur 6.1 Klantpiramide Vredestein van B2B-klanten in 2016



Figuur 6.2 Omzetpiramide Vredestein van B2B-klanten in 2016

Naast de klantpiramide en de omzetpiramide van resultaten over het jaar 2016, kan dit ook aan elkaar gerelateerd worden. In figuur 6.3 zijn deze resultaten weergegeven in een overzichtelijk figuur, met daarbij de totale omzet per segment in euro's (excl. BTW) en de procenten van de klanten in dat betreffende segment.



Figuur 6.3 Financiële resultaten per segment in 2016 (excl. BTW)

### 6.1.2 Nulmeting B2B-platform

Door het maken van een nulmeting van het B2B-platform is het mogelijk geworden om een klantsegmentatie te maken. De informatie die beschikbaar is gekomen zijn de NAW gegevens klanten om de locatie te bepalen, de gemiddelde orderwaarde per segment, de orderwaarde per klant, het aantal orders per klant en de omzet per klant.

Door deze nulmeting is bekend geworden dat het B2B-platform in 2016 gebruikt werd door 265 klanten. Deze 265 klanten hebben samen gezorgd voor een totale omzet van € 6.392.932,49 (excl. BTW). De totale gemiddelde orderwaarde per klant is € 24.124,27 (excl. BTW). In tabel 6.2 staat de omzet per segment weergegeven, evenals de gemiddelde orderwaarde per klant in de betreffende segmenten.

Tabel 6.2 Overzicht klanten, omzet en gemiddelde orderwaarde per segment (excl. BTW)

| Segment      | Klanten in % | Aantal klanten | Omzet in % | Omzet in €     | Gemiddelde orderwaarde in € |
|--------------|--------------|----------------|------------|----------------|-----------------------------|
| Top level    | 2,26%        | 6              | 40,58%     | € 2.594.299,46 | € 432.383,24                |
| Senior level | 6,42%        | 17             | 24,64%     | € 1.575.059,60 | € 92.652,56                 |
| Medium level | 9,06%        | 24             | 14,91%     | € 952.921,31   | € 39.705,05                 |
| Entry level  | 82,26%       | 218            | 19,88%     | € 1.270.652,12 | € 5.828,68                  |

De data uit de nulmeting maakt ook inzichtelijk voor hoeveel in het jaar 2016 verkocht is aan de dealers die geïnterviewd zijn. Deze B2B-klanten zijn aangedragen door het Nederlandse verkoopkantoor van Apollo Vredestein. Deze klanten betreffen klanten in het senior level, medium level en entry level. De klanten in het top level zijn groothandelaren en namen tussen de € 813.169,14 en € 198.482,70 (excl. BTW) af aan banden in het jaar 2016. De klanten die geïnterviewd zijn, worden in tabel 6.3 weergegeven.



Tabel 6.3 Geïnterviewde klanten van Apollo Vredestein

| Bedrijfsnaam                                  | Plaats          | Orderwaarde (excl. BTW) | Segment      |
|-----------------------------------------------|-----------------|-------------------------|--------------|
| B&O Bandenservice BV                          | Bolsward, FR    | € 80.303,39             | Senior level |
| First Stop De Jong Bandenservice BV           | Ridderkerk, ZH  | € 70.327,43             | Senior level |
| G.E.A. Automaterialen BV                      | Emmen, DR       | € 50.040,49             | Senior level |
| Kalk Bandenservice                            | Heiligerlee, GR | € 44.998,50             | Medium level |
| Geers Bandenservice                           | Assen, DR       | € 38.841,12             | Medium level |
| Roskamp Automaterialen BV                     | Stadskanaal, GR | € 32.162,78             | Medium level |
| First Stop BS W.J. Gerritsen BV               | Dieren, GD      | € 31.532,01             | Medium level |
| De Snep Bandenservice                         | Zundert, NB     | € 22.855,56             | Entry level  |
| Gebr. Van der Meij Auto-en Bandenspecialisten | Enschede, OV    | € 22.465,82             | Entry level  |
| Bandenbedrijf De Baronie BV                   | Terheijden, NB  | € 19.803,37             | Entry level  |
| Govers Automaterialen                         | Tholen, ZL      | € 0,00                  | -            |

### 6.1.3 Productfocus

De productfocus is pas sinds oktober 2016 te meten. Hierdoor kan het jaar 2016 pas vanaf het begin van deze meting weergegeven worden. Naast het weergeven van de productfocus van oktober tot en met december 2016, worden ook januari tot en met april 2017 weergegeven. In deze productfocus wordt de top 10 van Vredestein- en Apollo-banden weergegeven. Deze productopbrengsten zijn exclusief BTW.

Tabel 6.4 Productfocus Nederlandse klanten B2B-platform oktober 2016 tot en met april 2017 (excl. BTW)

| Oktober t/m december 2016 |                     |                  | Januari t/m april 2017 |                     |                  |
|---------------------------|---------------------|------------------|------------------------|---------------------|------------------|
| Merk                      | Productnaam         | Productopbrengst | Merk                   | Productnaam         | Productopbrengst |
| Vredestein                | Quatrac 5           | € 552.184,13     | Vredestein             | Quatrac 5           | € 609.224,00     |
| Vredestein                | Snowtrac 5          | € 339.036,63     | Vredestein             | Sportrac 5          | € 355.800,02     |
| Vredestein                | Wintrac xtreme S    | € 328.877,95     | Vredestein             | Ultrac Satin        | € 255.939,89     |
| Vredestein                | Sportrac 5          | € 130.348,87     | Vredestein             | Wintrac xtreme S    | € 195.903,62     |
| Apollo                    | Alnac 4G All Season | € 67.573,98      | Vredestein             | Snowtrac 5          | € 189.873,83     |
| Vredestein                | T-Trac 2            | € 50.072,50      | Vredestein             | T-Trac 2            | € 107.372,34     |
| Apollo                    | Alnac 4G Winter     | € 48.443,83      | Apollo                 | Alnac 4G            | € 101.809,05     |
| Apollo                    | Alnac 4G            | € 39.936,24      | Vredestein             | Ultrac Vorti        | € 85.770,54      |
| Vredestein                | Ultrac Satin        | € 39.619,55      | Apollo                 | Alnac 4G All Season | € 77.818,67      |
| Vredestein                | Comtrac All Season  | € 38.075,91      | Apollo                 | Amazer 4G           | € 63.244,59      |

Uit de bovenstaande weergave is op te maken welk product welke productopbrengsten heeft. Hierdoor is het mogelijk om te zien welke producten de Nederlandse B2B-klanten kopen via het platform van Apollo Vredestein.

### 6.2 Data uit kwalitatief onderzoek

In deze paragraaf komt de data uit de interviews met bandendealers aan bod. De onderwerpen zijn de bestelwijze van de banden, het bestelgedrag van de klanten, de voorraadstatus van Apollo Vredestein en de functionaliteit van B2B-platformen

De bestelwijze van de banden verschilt per dealer. De banden worden zo veel mogelijk online gekocht. Mochten zich problemen voordoen, zoals speciale maten, of niet verkrijgbare producten, neemt een deel van de dealers contact op met de vertegenwoordiger of binnendienst van Apollo Vredestein. Dit komt doordat merkbaar is dat het B2B-platform niet te allen tijde de juiste beschikbaarheid weergeeft; de banden zelf worden wél op de juiste manier weergegeven. Het andere deel van de dealers gaat direct naar de groothandelaar om de betreffende producten daar te bestellen. Naast banden verkoopt Apollo Vredestein ook binnenbanden (tubes) op het B2B-platform. De gebruikers van het platform ervaren dat deze binnenbanden lastig te bestellen zijn op het platform, waardoor contact opgenomen wordt met Apollo Vredestein.

De banden die gekocht worden zijn de benodigde banden voor de eindgebruikers, met vaak een aantal banden voor een (kleine) voorraad bij de bandendealer zelf. Voor grotere aantallen voor de voorraad wordt met Apollo Vredestein gebeld voor een prijsafspraken, of worden deze ingekocht waar ze het goedkoopst zijn. Wanneer bandendealers als groothandel fungeren, is de prijs de belangrijkste variabele. Ook komt het voor dat banden worden geselecteerd op het type auto. De kennis van verschillende banden onder verschillende auto's is bij veel dealers aanwezig. Bij het kiezen van banden wordt wel de prijs-kwaliteitverhouding in acht genomen.

Het verschilt per bandendealer wanneer de banden besteld worden. Zo is uit de interviews kenbaar geworden dat de banden in de drukke periodes, zoals de bandenwissel van winter- naar zomerbanden, op elk moment van de dag besteld worden. Dit heeft als voordeel dat klanten de mogelijke bestellingen niet vergeten. In rustigere periodes komt het voor dat het B2B-

platform dat producten aan het eind van de dag besteld worden. Hiervoor openen klanten het B2B-platform per zoekopdracht.

Ondanks dat de eindgebruikers erg prijsbewust zijn, wordt gepromoot om Vredestein-banden direct bij Apollo Vredestein af te nemen, aangezien ze dan direct van de producent zelf komen. Tevens worden de banden bij Apollo Vredestein gekocht om de afgesproken aantallen te halen. Naar aanleiding van de interviews is ook duidelijk geworden dat de aftersales van Apollo Vredestein als goed worden ervaren. Wanneer problemen of vragen voorkomen wordt dit met de vertegenwoordiger besproken, die deze onduidelijkheden oplost. Met deze vertegenwoordigers zijn ook prijsafspraken afgesproken. Deze afgesproken prijzen staan niet bij elke dealer goed in het systeem, waardoor de informatie voor deze klanten niet goed staat. Door deze foutieve informatie, met name foutieve prijzen, worden de banden gekocht bij groothandelaren.

Het platform van Apollo Vredestein biedt de gebruikers een offertegenerator. Dit fungeert als een hulp-tool om gemakkelijk offertes te maken. In het verleden was hier speciaal aanvraag voor gedaan vanuit een aantal bandendealers, maar blijkt dat deze helemaal niet gebruikt wordt.

Een vooraf ingevuld invulveld met banden die in sets worden aangeboden oefent niet direct invloed uit op de bestellingen van banden. Mocht deze functie mogelijk worden, zouden deze banden het beste aangeboden kunnen worden in sets van vier. Uiteraard heeft de drukte van de bandendealers invloed op de hoeveelheid banden per bestelling.

Merkbaar is dat de prijzen erg belangrijk zijn. Dit heeft ook te maken met de technologische ontwikkelingen in de markt. De prijzen van alle producten staan online, waardoor het noodzakelijk is om de juiste prijs-kwaliteitverhouding te hebben.

Het bestelproces bij het B2B-platform van Apollo Vredestein is niet optimaal. De snelheid kan verbeterd worden en het bestelproces eenvoudiger. Een voorbeeld voor het vereenvoudigen van het proces is het verminderen van het aantal kliks. Daarnaast is de cookie-melding voor veel klanten een irritatiepunt. Na het inloggen wordt iedere keer een cookie-melding weergegeven. Dit is niet nodig wanneer de cookies geaccepteerd zijn. Het laden van de lijstweergave duurt erg lang en het bestelproces vraagt om meerdere bevestigingen. Dit kan ook gezien worden als extra controlemogelijkheid. Echter is dit niet ideaal wanneer het druk is en snel banden besteld moeten worden. De lage snelheid van het platform van Apollo Vredestein, in combinatie met de slechte en onduidelijke levertijden, heeft ervoor gezorgd dat de verkoop van Vredestein-banden door Apollo Vredestein hoger had kunnen zijn.

Het bestelplatform van Apollo Vredestein geeft alleen haar eigen merken weer, namelijk Apollo en Vredestein. Door als bandendealer een eigen systeem te hebben met FTP (voorraad bestanden) van bandenfabrikanten, is het overzichtelijk om de huidige voorraden van alle fabrikanten te zien. Na dit overzicht schakelt de klant over naar de fabrikant om de specifieke banden te kopen.

Over het algemeen wordt de voorraadstatus negatief beoordeeld. Het komt geregeld voor dat leveringen in de backorder staan, terwijl op het B2B-platform werd weergegeven dat het product een bepaalde levertijd heeft. Dit houdt in dat het product wel beschikbaar is. Ook komt het regelmatig voor dat Apollo Vredestein populaire maten niet beschikbaar heeft, maar de groothandelaren wel. Dit stimuleert de klanten om bij de betreffende groothandelaar te bestellen. Het is belangrijk om de populaire maten op voorraad te hebben en direct te kunnen leveren. De minder populaire maten zijn daardoor minder belangrijk. Om dergelijke voorraadproblemen van Apollo Vredestein op te lossen, creëren bandendealers een kleine voorraad. Apollo Vredestein zou op deze problemen in kunnen inspelen door backorders een bepaalde kleur te geven in het besteloverzicht, of een mailtje te versturen op het moment dat de leverdata verschuiven. Daarnaast komt voor dat banden met een lange levertijd een oude DOT-code erop hebben staan. Deze verouderde DOT-code schept verwarringen bij de klanten, aangezien zij nieuwe banden met nieuwe DOT-codes verwachten.

De functionele aspecten van een bestelplatform zijn de (netto)prijzen, beschikbaarheid, voorraad, leverdata en een eventuele calculator met mogelijkheid om eigen marges te berekenen. Wanneer de aspecten afzonderlijk niet kloppen, nemen de klanten contact op met de binnendienst of bestellen ze bij de groothandelaar. Bij het bestellen van banden is het noodzakelijk om een referentie in te kunnen vullen. Dit voorkomt bij veel klanten onoverzichtelijkheid in de bestellingen die geleverd worden. Een toevoeging op de huidige aspecten zou een mogelijkheid zijn waarbij de backorders teruggekeken zouden kunnen worden. Om goed gebruik te kunnen maken van alle functionele aspecten dient een platform snel te zijn. Het bestelproces van selecteren tot bestellen, moet ook snel en gemakkelijk te zijn. Eén bevestiging is genoeg om de bestelling te plaatsen.

Uit de interviews zijn verbeterpunten aangaande het B2B-platform van Apollo Vredestein naar voren gekomen. In de huidige situatie bestellen veel klanten bij de groothandelaar in verband met de lage snelheid van het platform. Naast de snelheid neemt ook het daadwerkelijke bestelproces erg veel tijd in beslag. Door de snelheid en de bestelproces te optimaliseren worden al erg grote stappen gemaakt om de gemakkelijheid te verhogen, met de hardware van de klanten in acht genomen.

Ook zou het sorteren van bepaalde gegevens, zoals (afgesproken) prijs of leverdatum, invloed uitoefenen op de gemakkelijker van het zoeken naar producten. Een eenvoudige call-to-action moet zou ervoor moeten zorgen dat de lijst met bestelde banden, inclusief referentie, leverdatum en status, geprint kan worden. De informatie over de banden zelf zou eventueel uitgebreid moeten worden met meer technische data, zoals de afrolomtrek en het gewicht van de band. Bij het inloggen op het platform wordt iedere keer een cookie-melding weergegeven. Dit moet na acceptatie, niet meer in beeld verschijnen.

Een andere verbetering van Apollo Vredestein zou de aanpak naar de dealers zijn. Dit heeft vooral te maken met het B2B-platform zelf. In de vorm van periodieke gesprekken waarin het B2B-platform besproken wordt, kunnen onduidelijkheden en verbeterpunten worden besproken. Deze brainstormsessies met kleine gezelschappen zouden veel informatie opleveren voor zowel bandendealers als Apollo Vredestein.

De bandendealers zijn erg tevreden met de marketingvormen van Apollo Vredestein. Echter kunnen deze uitingen beter tot hun recht komen wanneer de doelgroep nog meer aangesproken wordt.

### 6.3 Data uit kwantitatief onderzoek

Binnen het kwantitatieve onderzoek zijn vragen gesteld over diverse oplossingen voor het platform. Deze mogelijke oplossingen zijn voortgekomen uit de interviews met de klanten. Het doel was respons te krijgen van 20 klanten die het platform gebruiken. Dit aantal is niet gehaald; respons is verkregen van 15 gebruikers. Ondanks dat dit aantal is afgeweken blijven de resultaten uit dit onderzoek representatief. De respondenten bevinden zich in de diverse segmenten. Het top level segment is vertegenwoordigd door drie respondenten. Van drie senior level customers werd respons ontvangen. Vier van de medium level customers hebben respons geleverd en tevens vier entry level customers. Tot slot is respons verkregen van een klant die in 2016 nog niet ingedeeld was in een segment. Dit komt doordat deze respondent pas na 2016 klant is geworden. Hierdoor is het mogelijk uitspraken te doen over de gehele populatie van Apollo Vredestein. In bijlage 11 zijn de resultaten van dit kwantitatieve onderzoek weergegeven.

De drie onderwerpen die getoetst zijn betreffen de productinformatie op het platform, een mogelijke quick order en het aanbieden van banden in sets. Uit dit kwantitatief onderzoek is gekomen dat de productinformatie in principe genoeg is om de klanten te kunnen informeren aangaande de producten. Wél zijn suggesties gegeven om EAN-nummers en DOT-codes toe te voegen. Ook hebben klanten aangegeven het fijn te vinden informatie te ontvangen over nieuwe producten. Een quick order (snelle bestelmogelijkheid) zouden veel klanten erg fijn vinden. Zowel uit het kwalitatieve als kwantitatieve onderzoek is gebleken dat dit de snelheid van het bestellen zou bevorderen. Een quick order zou dit kunnen realiseren. De laatste vraag voor dit kwantitatieve onderzoek ging over het aanbieden van banden in sets van vier stuks. Hieruit is gebleken dat klanten van Apollo Vredestein weinig baat hebben bij een dergelijke bestelmogelijkheid. Zij gaven dat zij sets van vier banden niet frequenter bestellen dan sets van twee. De klanten hebben ook de mogelijkheid gekregen om overige punten aan te geven. Hieruit is gebleken dat de voorraad niet altijd optimaal is, en dat een te printen overzicht van bestellingen toevoeging zou bieden.

## Hoofdstuk 7 Externe analyse: markt

Voor de beantwoording van de derde deelvraag over de markt wordt de DESTEP-analyse gebruikt. Binnen deze analyse worden een zestal onderwerpen besproken, namelijk 1) demografische, 2) economische, 3) sociaal-culturele, 4) technologische, 5) ecologische en 6) politiek-juridische omgevingsfactoren (Muilwijk, 2015). Door deze omgevingsfactoren in kaart te brengen wordt een goed beeld van de huidige omgeving van Apollo Vredestein verkregen. Naar aanleiding van de DESTEP-analyse wordt, in combinatie met data uit de interviews in paragraaf 7.2, input geleverd voor de SWOT-analyse in hoofdstuk 9.

### 7.1 DESTEP analyse

#### Demografische omgevingsfactoren

Onder demografische factoren behoren de kenmerken van de klanten. De markt die gebruikt maakt van dit B2B-platform betreft de bandendealers. Deze bandendealers kunnen op elke mogelijke plaats in Nederland bestellen via dit portaal, zolang het apparaat verbonden is met het internet. De klanten zijn verspreid over heel Nederland. De demografische factor die van toepassing is op Apollo Vredestein betreft de banden die in Azië geproduceerd worden.

Banden die in Azië geproduceerd worden zijn in Nederland dusdanig populair dat ze in het assortiment van Nederlandse dealers zitten. Het is verleden tijd dat Aziatische producten door beperkte kwaliteit gekenmerkt werden, aldus Bandenpro (2014). Verwacht wordt dat het marktaandeel van de Aziatische producten verder gaat groeien. Al deze geproduceerde banden voldoen inmiddels aan de huidige productie-eisen, door de komst van het bandenlabel. Door de toenemende vergelijkingsmogelijkheden op het internet, is het eenvoudiger banden met elkaar te vergelijken, bijvoorbeeld op prijs en kwaliteit. Deze prijs ligt lager dan de prijzen in Europa, en PR Newswire (2017) geeft aan dat in tot 2020 de Chinese autobandenmarkt zal groeien met ongeveer 4 procent. Deze Chinese autobandenmarkt importeert erg veel autobanden naar Europa, geeft ETRMA (2017) aan. In de onderstaande tabel (tabel 7.1) wordt een weergave gegeven van de totale autobandenimport naar Europa, en ook het deel wat geïmporteerd wordt uit China. Hierbij wordt ook het resultaat van 2016 in procenten vergeleken met het resultaat van 2015 weergegeven.

Tabel 7.1 Totale en Chinese autobandenimport in 2015 en 2016 (Bron: ETRMA, 2017)

| Aantallen x 1.000 |        | Import in 2015 | Import in 2016* | Resultaat (ten opzichte van 2015) |
|-------------------|--------|----------------|-----------------|-----------------------------------|
| Autobanden        | Totaal | 123.567        | 143.381*        | + 16%                             |
|                   | China  | 57.751         | 65.513*         | + 13%                             |

\* De import van 2016 is de verwachte bandenimport.

In de tabel wordt duidelijk dat de bandenimport stijgt in 2016, zowel de totale import als de import uit China. De verwachte groei is respectievelijk 16% en 13%.

#### Economische omgevingsfactoren

Bij de tweede factor wordt de economische omgeving van Apollo Vredestein inzichtelijk gemaakt. Deze factoren betreffen prijzen van grondstoffen, bestelportalen van groothandelaren en georganiseerde bandendealers, en de koopkracht van de consumenten. De prijzen van de banden zijn sterk afhankelijk van de grondstofprijzen. De grondstofprijzen van natuur- en synthetisch rubber stijgen in 2017. Hierdoor zijn bandenfabrikanten genoodzaakt om de bandenprijzen te verhogen met een aantal procent. Voor banden vormen de grondstoffen een groot deel van de kostprijs, wat onzekerheid met zich meebrengt bij sterke fluctuaties in de grondstofprijzen (ABN AMRO, 2016). Tevens geeft De Bandenboerderij ECO BV (2017) aan dat de productie van natuurrubber niet constant is door de vele overstromingen in Azië. Dit leidt tot een lagere productie van natuurrubber. De toenemende wereldeconomie (voornamelijk door China en India) heeft eveneens een stijgende vraag naar olie en natuurrubber tot gevolg. Dit kan leiden tot uitstellen van de koop van banden of de keus om goedkopere banden te kopen.

De klanten van Apollo Vredestein bestellen kunnen ook bij andere bestelportalen bestellen. Dit kan bij groothandelaren of direct bij andere bandenproducenten. Tevens werken veel georganiseerde bandendealers, dealers die vanuit een hoofdkantoor gestuurd worden, met een eigen systeem met eventueel eigen verkoopkanaal.

Volgens ETRMA (2017) zijn de autobandenverkopten gestegen in 2016 ten opzichte van 2015. Ondanks de kleine fluctuaties in het derde kwartaal van 2016, en een grote stijging in de verkoop in het vierde kwartaal in 2016, zijn de totale bandenverkopten hoger dan in 2015. In tabel 7.2 worden deze verkopen weergegeven over het jaar 2015 en 2016, met het resultaat weergegeven. De banden voor de vervangingsmarkt omvatten banden voor passagier auto's, SUV's en lichte commerciële auto's.

Tabel 7.2 Bandenverkoppen in 2015 en 2016 (Bron: ETRMA, 2017)

| Aantallen x 1.000                      | 2015    | 2016    | Resultaat (ten opzichte van 2015) |
|----------------------------------------|---------|---------|-----------------------------------|
| <b>Banden voor vervangingsmarkt</b>    | 202.763 | 206.672 | + 2%                              |
| <b>OE-banden voor passagiersauto's</b> | 83.609  | 86.125  | + 3%                              |
| <b>Zomerbanden</b>                     | 115.297 | 116.280 | + 1%                              |
| <b>Winterbanden</b>                    | 55.378  | 56.165  | + 1%                              |

In de bovenstaande tabel is te zien dat de banden voor de vervangingsmarkt met 2% zijn gestegen en de OE-banden voor passagiersauto's met 3% zijn gestegen. De zomerbanden en winterbanden zijn beide gestegen met 1%. Naast de verkopen van banden in 2015 en 2016 heeft ETRMA (2017) aangegeven dat de totale autobandenverkoop in het eerste kwartaal van 2017 met 4% is gestegen ten opzichte van de bandenverkoop van hetzelfde kwartaal in 2016.

De bandenverkoop in Europa neemt toe, wat een gevolg kan zijn van de toenemende koopkracht van de consumenten. Ruim 90 procent van de Nederlanders zien hun koopkracht in 2017 stijgen (Rijksoverheid, Z.D.). Deze stijging van de koopkracht heeft te maken met een aantal zaken, zoals veranderingen omtrent huurtoeslag en zorgtoeslag, alsmede de algemene heffingskorting, inkomstenbelasting en de ouderenkorting. Door deze veranderingen hebben 90 procent van de mensen meer te besteden.

### Sociaal-culturele omgevingsfactoren

Binnen de sociaal-culturele omgevingsfactoren worden de consumentenbestedingen besproken, aangezien dit grote invloed heeft op het koopgedrag van de consumenten. Uit onderzoek naar consumentenbestedingen van het CBS (2016) is naar voren gekomen dat consumenten meer investeren in duurzame producten, in 2016 maar liefst 1,8% ten opzichte van 2015. Dit houdt in dat de consumenten een milieubewustere keuze maken bij aanschaf van goederen. Om de consumenten op de juiste manier te informeren omtrent kenmerken en eisen van de band, is volgens ETRMA (2011) 'The European Tyre Regulation' geïntroduceerd. Dit zijn eisen die weergegeven moeten worden bij het aanbieden en verkopen van banden. Op deze wetgeving wordt nader binnen de politiek-juridische omgevingsfactoren ingegaan.

### Technologische omgevingsfactoren

Deze factor betreft de technologische aspecten in de omgeving. De meest belangrijke technologische omgevingsfactor voor dit onderzoek betreft het B2B-platform waar de klanten de producten kunnen bestellen. Uit onderzoek is gebleken dat gedragsveranderingen hebben plaatsgevonden bij mensen die via B2B-platformen producten aanschaffen. Zo geeft Consultancy.nl (2017) aan dat 42% van de B2B-gebruikers in 2014 de smartphone gebruikt om te zoeken naar producten. Dit is maar liefst 91% meer dan twee jaar daarvoor. Dit geeft de verandering in het proces rondom B2B weer.

Een tweede technologische factor betreft het design van de band, waarmee de brandstofefficiëntie verhoogd wordt. De brandstofefficiëntie wordt voornamelijk behaald door de rolweerstand van de band. Door overheidsbepalingen zijn eisen gesteld aan het brandstofverbruik door de banden. Een verbeterde brandstofefficiëntie zal resulteren in betere luchtkwaliteit over de hele wereld. Deze standaarden zijn gevolgen van het Kyoto Protocol, wat een protocol is onder het Klimaatverdrag (UNFCCC, 2014). Het Kyoto Protocol is een internationale overeenkomst die gelinkt is aan de United Nations Framework Convention on Climate Change. Deze overeenkomst zorgt ervoor dat de aangesloten partijen werken aan de doelstelling aangaande emissiereductie.

### Ecologische omgevingsfactoren

De ecologische omgevingsfactor betreft de keuze voor een speciaal soort band komt door het klimaat waar het product gebruikt gaat worden. In Nederland is een winterband niet verplicht, waardoor een ander product, bijvoorbeeld vierseizoenenband, dezelfde prestaties kan leveren. In Nederland bestaan meerdere invullingen voor de verschillende seizoenen.

Naast deze factor is de tweede technologische factor, het design van de band, ook gekoppeld het ecologische aspect. Deze heeft ook grote raakvlakken met het politiek-juridische omgevingsfactoren, en wordt om die reden als politiek-juridische factor behandeld.

### Politiek-juridische omgevingsfactoren

Binnen het laatste onderdeel van de DESTEP-analyse worden de kenmerken van overheidsbeslissingen beschreven, zoals wetgeving en invloed van de overheid. De twee belangrijkste factoren betreffen het EU Bandenlabel en de certificeringen voor rubberproductie in Nederland.

De wetgeving voor eisen en kenmerken van de band wordt weergegeven op het EU Bandenlabel, wat deel van EU wetgeving (richtlijn 1222/2009) is (ANWB, Z.D.). Op dit label wordt informatie vertoont over het energieverbruik (CO<sub>2</sub>-uitstoot), de geluidsproductie en de veiligheid van de band. Als graad voor de veiligheid worden prestaties van de band voor nat wegdek weergegeven. Naast de wetgeving omtrent de kenmerken en eisen van producten, en kenbaar maken hiervan, kent Apollo Vredestein nog enkele certificeringen waaraan voldaan moet worden. Deze certificeringen omvatten managementsystemen voor milieu, energie, kwaliteit en arbo en veiligheid. Een uitleg hiervan wordt weergegeven in tabel 7.3. Veel van deze certificeringen staan in verbinding met elkaar, aangezien sommige certificeringen elkaar overlappen.

Tabel 7.3 Certificeringen voor managementsystemen

| Certificering                                        | Systeem                        | Inhoud                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ISO 14001</b>                                     | Milieumanagement               | De certificering voor milieumanagement specificeert eisen die een organisatie in staat stellen beleid en doelstellingen te ontwikkelen en te implementeren. Hierbij wordt streng rekening gehouden met wettelijke eisen en eisen rondom het milieu. De norm is van toepassing op milieuaspecten die Apollo Vredestein kan beheersen en aspecten die zij kan beïnvloeden. |
| <b>ISO 50001</b>                                     | Energiemanagement              | Het energiemangement wordt gecontroleerd door deze certificering. Dit is specifiek gericht op het terugdringen van het energieverbruik op basis van een gedetailleerd inzicht van Apollo Vredestein.                                                                                                                                                                     |
| <b>ISO 9001</b>                                      | Kwaliteitsmanagement           | Deze certificering betreft het kwaliteitsmanagement van Apollo Vredestein. Hierbij worden de doelstellingen, eisen van de klanten en de wet- en regelgeving in acht genomen.                                                                                                                                                                                             |
| <b>ISO/TS 16949</b>                                  | Kwaliteitsmanagement           | Naast het kwaliteitsmanagement onder ISO 9001, betreft deze certificering specifieke eisen aan het ontwerp en ontwikkeling van de productie. Deze norm geldt slechts voor bedrijven die rubberen producten maken voor de automobielbranche, zoals banden en compounds.                                                                                                   |
| <b>OHSAS 18001 (moet nog worden geïmplementeerd)</b> | Arbo- en veiligheidsmanagement | Het arbo- en veiligheidsmanagementsysteem moet binnen Apollo Vredestein nog worden geïmplementeerd, waarna deze norm minimeisen stelt voor de beste werkmethode omtrent veiligheid en gezondheid. Dit zal moeten zorgen voor vermindering van risico's en het verminderen van ongevallen.                                                                                |

## 7.2 Data uit kwalitatief onderzoek

De data uit de interviews omtrent de trends en ontwikkelingen in de markt betreffen de ontwikkelingen van het online bestellen, de levertijden en de concurrentie merkbaar uit Azië. Ook komen ontwikkelingen rondom het segment 'truck en busbanden' van Apollo Vredestein aan bod.

De ontwikkeling van het bestelproces is het online bestellen van producten. Het komt in de markt ook voor om de facturering te digitaliseren. Ook zijn ontwikkelingen rondom de levertijden zijn merkbaar. In het verleden leverde de leveranciers een paar keer per week, waar leveranciers tegenwoordig bereid zijn om dezelfde dag, in de nacht, of de volgende dag te leveren. Apollo Vredestein zou op de digitalisering in kunnen spelen door bijvoorbeeld rekeningen te digitaliseren en de backorders beter weer te geven in het besteloverzicht van haar B2B-platform. Wel is te merken dat de jongere eindgebruikers eerder producten online bestellen in tegenstelling tot de oudere eindgebruikers, deze geven de voorkeur om in een fysieke winkel aan te schaffen in verband met aansprakelijk bij eventuele problemen.

De trends en ontwikkelingen aangaande de concurrentie uit Azië zijn zowel binnen als buiten Europa te merken. De kwaliteit van de banden uit dat werelddeel worden niet altijd als goed, of met stabiele kwaliteit ervaren, maar worden steeds beter. Naast de concurrentie uit andere werelddelen, zijn ook ontwikkelingen te merken aangaande de prijzen van de banden. De prijzen in de markt verschillen voor hetzelfde product. Met name de groothandelaren kunnen lagere verkoopprijzen hanteren door grote getalen die zij inkopen. Deze prijsconcurrentie merkt de eindgebruiker ook, aangezien dit op internet wordt getoond, wat leidt tot vragen en opmerkingen. Om beter vindbaar te zijn adviseert de VACO de bandendealers online vindbaar te zijn, door middel van het juist instellen van SEO en SEA.

Een laatste ontwikkeling betreft het segment truck en busbanden (TBR). Doordat TBR de keuze heeft gemaakt om banden direct aan de eindgebruikers te verkopen en te leveren. Hierdoor zijn vragen en opmerkingen in de markt ontstaan. Het rechtstreeks bestellen zou geen probleem zijn, maar de bandendealers worden nu overgeslagen. Echter is voor het monteren van de banden wel een bandenservice nodig, waardoor de bandendealers alsnog ingeschakeld moeten worden.



## Hoofdstuk 8 Externe analyse: concurrenten

Dit hoofdstuk gaat over de concurrenten. Een externe analyse is uitgevoerd om in kaart te brengen welke concurrenten en groothandelaren gebenchmarkt moeten worden. In de eerste paragraaf worden de concurrenten die vergeleken worden met beschreven, namelijk Continental, Hankook en Michelin. De groothandelaren die een belangrijke rol spelen in Nederland en meegenomen worden in de vergelijking zijn Inter-Sprint, Van den Ban en Reedijk Banden, komen aan bod in paragraaf 8.2. Naast het bureauonderzoek zijn interviews verricht met vragen omtrent de platform concurrenten en groothandelaren, en de functionaliteiten hiervan. In paragraaf 8.3 staat de data uit de interviews genoemd.

### 8.1 Concurrenten

Als onderdeel van de externe analyse wordt gekeken naar de concurrentie van Apollo Vredestein. De concurrerende bandenfabrikanten die binnen dit onderzoek worden meegenomen zijn Continental, Hankook en Michelin. De benchmark met Continental en Michelin wordt gemaakt door de grootte van beide bandenfabrikanten, die leiders in de markt zijn. De benchmark met Hankook wordt gemaakt, omdat Hankook zich in dezelfde prijscategorieën bevindt. In de komende subparagrafen worden deze concurrenten beschreven.

Continental maakt sinds 1871 rubberproducten, rubberfabricaten en banden voor rijtuigen en fietsen. In 1904 begon het bedrijf met het produceren van autobanden met groeven (Continental AG, 2017). Tegenwoordig heeft de overkoepelende Continental Corporatie een omzet van 40,5 miljard euro, behaald in het jaar 2016. Binnen deze corporatie zijn 220.000 medewerkers werkzaam in 56 verschillende landen. In Nederland is Continental, officieel Continental Banden Groep B.V., onderdeel van Pon. Pon is een van de grootste familiebedrijven in Nederland en is een internationale handel- en serviceorganisatie met een grote diversiteit aan activiteiten (Continental Banden Groep B.V., 2013). Pon realiseert haar activiteiten door haar 13.000 mensen op meer dan 450 vestigingen verspreid over 32 landen. De activiteit van Continental is het importeren en distribueren van banden van de merken Continental, Uniroyal, Semperit, Gislaved en Achilles. Naast het importeren en distribueren van personenwagen-, bestelwagen- en tweewielerbanden, is Continental ook actief op de markt van industriebanden.



Met regionale hoofdkantoren in Korea, de Verenigde Staten, Europa en China, onderverdeeld in zestien subdivisies, voert Hankook de productie, de verkoop en distributie uit (Hankook Tire, Z.D.). Met acht productiefaciliteiten over de hele wereld heeft Hankook een productiecapaciteit van 99 miljoen eenheden in 2016 bereikt. Deze fabrieken bevinden zich in Korea (2), China (3), Hongarije, Indonesië en de Verenigde Staten. De verkoop van haar producten heeft geleid tot een omzet hoger dan 4,9 miljoen euro. De producten van Hankook worden ontwikkeld in Hankook's R&D centra in onder andere Korea, de Verenigde Staten, Duitsland, China en Japan. Door het grote distributienetwerk van Hankook zijn de producten, banden voor personenwagens, SUV's, bestelwagens, vrachtwagens en bussen, beschikbaar in meer dan 180 landen. Deze resultaten worden behaald door de 22.000 medewerkers van Hankook.



Sinds 1891 maakt Michelin banden, wat begonnen is met een fietsband. Na een rijke geschiedenis heeft Michelin in 2016 een marktaandeel van maar liefst 13,7% en verkoopt ze haar producten in 170 landen (Michelin, 2017). De producten die verkocht worden in deze landen, worden geproduceerd in 68 fabrieken, verdeeld over 17 landen. De productie heeft geleid tot de verkoop van 184 miljoen banden in het jaar 2015, wat Michelin een omzet van 21,2 miljard euro opleverde. In 2015 waren in 120 verschillende landen 111.700 medewerkers in dienst bij Michelin.



#### 8.1.1 Benchmark concurrenten

De kwaliteitscriteria die vergeleken worden zijn de grootte van de concurrenten, de productiefaciliteiten en de omzet besproken. Daarnaast wordt het marktaandeel weergegeven.

Tabel 8.1 Benchmark Vredestein vs. concurrentie

| Producent         | Marktaandeel | Omzet                      | Aantal productiefaciliteiten | Werknemers |
|-------------------|--------------|----------------------------|------------------------------|------------|
| Continental       | 22,6%        | 40,5 miljard euro in 2016  | 34                           | 220.000    |
| Michelin          | 20,7%        | 21,2 miljard euro in 2015  | 68                           | 111.700    |
| Apollo Vredestein | 5,5%         | 1,69 miljard euro in 2016* | 3*                           | 1.800      |
| Hankook           | 4,1%         | 4,9 miljoen euro in 2016   | 8                            | 22.000     |

\* Getallen op basis van Apollo Tyres.

Het marktaandeel weergegeven in de bovenstaande tabel (tabel 8.1) komt voort uit de KwikFit Bandenmonitor van het najaar 2016 (KwikFit Nederland B.V., 2016). Hieruit is naar voren gekomen dat het marktaandeel van Continental met 3,4% is gegroeid ten opzichte van het jaar 2015, het marktaandeel van Michelin met 2,9% en die van Hankook met 0,1%. Het marktaandeel van Vredestein is met 0,3% gedaald ten opzichte van het jaar 2015. Ook is op te merken dat de omzet van Continental aanzienlijk hoger is ten opzichte van de rest van de bandenproducenten. Michelin is duidelijk de grootste wanneer het aankomt op productiefaciliteiten.



## 8.2 Groothandelaren

De groothandelaren die besproken worden in deze paragraaf zijn drie bekende groothandelaren in Nederland. Deze drie zijn Inter-Sprint Banden B.V., Van den Ban Autobanden B.V. en Reedijk Banden Import B.V.

Inter-Sprint is een van de grootste distributeurs van auto- en truckbanden in Europa. Wat begon in een kleine werkplaats is in vijftig jaar uitgegroeid tot een logistiek centrum van wereldformaat, en loopt als geoliede machine (Inter-Sprint BV, 2017). De strategie van Inter-Sprint is het inkopen van grote partijen A-merken, private labels en exclusieve merken, die ze vervolgens tegen zeer concurrerende prijzen aanbieden. De online bestellingen van banden, wielen of complete sets kunnen met dag- of nachtleveringen bezorgd worden. Spoedleveringen, ofwel 'Express Service', zijn mogelijk bij Inter-Sprint. Dit houdt in dat Inter-Sprint kan leveren buiten de vaste levertijden om tegen meerprijzen. De klant wordt tijdens alle leveringen geïnformeerd door middel van track & trace waar de bestelling zich bevindt. De te rijden routes worden via geautomatiseerde route planningssystemen per zending zo efficiënt mogelijk gepland (Inter-Sprint BV, 2017). Inter-Sprint biedt 15.000 unieke producten met gemiddeld 3 miljoen banden in eigen voorraad en bestaan uit gangbare types, uitvoeringen en maten van alle bandenmerken (Mybusinessmedia bv, 2017).



Van den Ban Autobanden B.V. is onderdeel van de Van den Ban Group. Van den Ban Group heeft door ruim 45 jaar ontwikkeld tot een internationale, professionele bandendistributeur (Sfa print BV, Z.D.). Door het aanbieden van banden voor personenwagens, bestelwagens, trailers en caravans, 4X4 en SUV's en trucks, heeft Van den Ban een breed assortiment. De banden die ze distribueert betreffen zomer-, winter- en vierseizoenenbanden. Van den Ban (Z.D.) geeft aan sinds 2009 een state-of-the-art magazijn in Hellevoetsluis te gebruiken. Dit magazijn heeft ervoor gezorgd dat Van den Ban heeft kunnen groeien en de voorraden uit te breiden. Door de hoge automatiseringsgraad in dit magazijn, vindt een band vrijwel geheel automatisch de weg naar de transportmiddelen. Op haar hoofdvestiging kan Van den Ban circa 1,5 miljoen banden opslaan. Het doel van een dergelijke opslagcapaciteit is de voorraad overnemen van de klanten, zodat zij niet meer hoeven te investeren in grote voorraden.

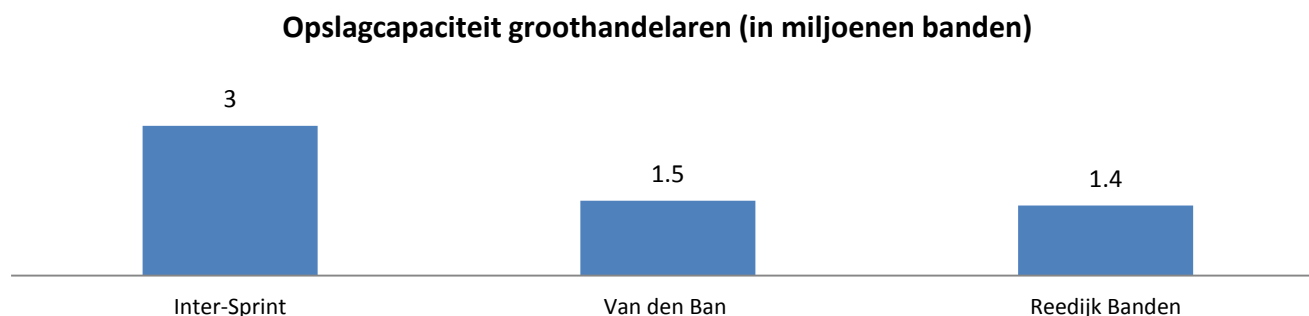


Reedijk Banden Import B.V. (Z.D.) kenmerkt zich als groothandel, importeur en distributeur in autobanden en staat bekend om haar goede service, kennis en prijzen. Reedijk is leverancier van A-merken en exclusieve merken. Door haar vier Nederlandse vestigingen, in combinatie met een centraal distributiecentrum is Reedijk in staat de producten snel en zo goed mogelijk te leveren. Door decentralisatie van de verkoopafdelingen is binnen Reedijk Banden Import sprake van veel persoonlijk contact en langdurige relaties met de klanten en partners. Alle vestigingen van Reedijk bieden een 24-uurs levering, en eigen wagens die dagelijks een vaste route rijden. Deze vestigingen kennen tevens een 'Stop & Go' faciliteit, wat inhoudt dat de klanten de mogelijkheid hebben om zelf de producten op te komen halen op het gewenste tijdstip. De voorraad van Reedijk bestaat uit circa 1,4 miljoen banden, die geschikt zijn voor personenwagens, 4x4-voertuigen, bestelwagens, caravans, trailers en trucks.



### 8.2.1 Benchmark groothandelaren

Uit de beschrijving van de groothandelaren in deze paragraaf, wordt in deze subparagraaf de opslagcapaciteit van de verschillende groothandelaren besproken. Deze drie zijn Inter-Sprint, Van den Ban en Reedijk Banden. In figuur 8.1 wordt de opslagcapaciteit van deze groothandelaren weergegeven.



Figuur 8.1 Benchmark opslagcapaciteit groothandelaren

Alle drie de groothandelaren bieden een 24-uurs levering en leveren banden voor personenwagenbanden, bestelwagens, trailers, caravans, 4x4-voertuigen, en trucks. Deze banden kunnen geleverd worden van A-merken en exclusieve merken. Inter-Sprint en Van den Ban bieden naast deze merken ook nog private labels aan. Toevoegingen aan deze benchmark zal naar voren komen in de volgende paragraaf, waarbij de resultaten van de interviewvragen over platformen van groothandelaren besproken worden.

### 8.3 Data uit kwalitatief onderzoek

In deze paragraaf wordt de data omtrent platformen van concurrenten en groothandelaren besproken. De concurrenten die besproken worden zijn Continental, Michelin en Hankook. De groothandelaren die aan bod komen zijn Van den Ban, Bohnenkamp, Reedijk Banden en Inter-Sprint.

#### 8.3.1 Concurrenten

Continental heeft onlangs haar B2B-platform vernieuwd. Echter wordt de nieuwe versie van dit platform niet beter ervaren. De oude versie was makkelijker te bedienen, waardoor het nieuwe platform niet prettig werkt.

Het bestelplatform van Hankook geeft, net zoals het platform van Apollo Vredestein, weer of banden leverbaar zijn, met de daarbij behorende leverdata. Dit geeft een overzichtelijk beeld van de beschikbare producten.

Op het platform van Michelin wordt de mogelijkheid geboden om producten op datum te selecteren. Dit bevordert de snelheid in het zoek- en bestelproces. Na het bestellen wordt een e-mail verstuurd op moment van wijzigingen in de leverdata en een e-mail met de binnen te komen orders van die dag. Het B2B-platform van Michelin wordt als een trager platform van het bestelplatform van Apollo Vredestein ervaren. Het zaken doen direct met Michelin is voor sommige bandendealers lastig, aangezien de afname van banden bij Michelin begint bij ongeveer 10.000 stuks per jaar.

#### 8.3.2 Groothandelaren

Wanneer Vredestein-banden niet in het B2B-platform van Apollo Vredestein beschikbaar zijn, worden deze banden bij de groothandelaar gekocht. De voorraden van populaire bandenmaten zijn bij dergelijke groothandelaren beter dan bij de bandenfabrikanten zelf. Tevens hebben de bestelportalen van groothandelaren als voordeel dat niet alleen banden van Apollo Vredestein weergegeven worden, maar van alle bandenfabrikanten.

De snelheid van het bestelplatform van Van den Ban maakt het mogelijk om binnen dertig seconden te bestellen. Deze snelheid en gemakkelijheid maakt het prettig om een band te bestellen bij deze groothandelaar.

Het platform van Bohnenkamp richt zich op landbouwbanden. Als importeur en distributeur van banden voor grondverzet, industrie en vrachtwagens, beschikt zij over aanzienlijk veel informatie. Ondanks dat deze groothandelaar niet als directe concurrent gezien wordt, kan Apollo Vredestein wel inspelen op functionaliteiten van anderen in dezelfde branche. Bohnenkamp geeft extra informatie weer, zoals het standaard gewicht van de band en de afrolomtrek van de band.

Het B2B-platform van Reedijk Banden Import biedt de mogelijkheid om in één gemakkelijke manier te bestellen. Dit heeft te maken met de snelheid en gemakkelijheid van de zoekmogelijkheden. De mogelijkheid wordt geboden om de selectievelden en zoekcriteria te personaliseren. Tevens kan bij Reedijk Banden gezocht worden op EAN-nummers.

Het bestelplatform van Inter-Sprint wordt als de beste ervaren. Met haar mooie inrichting en snelheid is het bestelproces erg gemakkelijk en vlot. De zoekvelden op het B2B-platform van Inter-Sprint worden automatisch blanco weergegeven, wat de snelheid van het zoeken bevordert. In het productoverzicht worden slechts producten weergegeven die op voorraad, of binnen 3 à 4 dagen leverbaar zijn. Mocht het gezochte product niet leverbaar zijn, worden alternatieve producten weergegeven. Bestellingen bij Inter-Sprint kunnen met één druk op de knop geplaatst worden. Na het bestellen is het gemakkelijk een besteloverzicht te zien welke banden in de afgelopen zeven dagen besteld zijn. Doordat de handelingen voor het bestellen verminderd zijn, is het gemakkelijker en overzichtelijker geworden om te bestellen. Inter-Sprint kan de banden leveren op meerdere manieren, namelijk de volgende dag, de volgende dag 's ochtends of zelfs in de nacht. De levering die 's ochtends om 8.00 geleverd wordt, wordt 'Express Levering' genoemd.

Enkele concurrenten en groothandelaren leveren banden die speciaal gecodeerd zijn voor auto's met vierwielaandrijving, zo hebben bijvoorbeeld Dunlop, Goodyear en Michelin banden voor de BMW's met xDrive (vierwielaandrijving).

## Hoofdstuk 9 SWOT-analyse

In hoofdstuk 9 wordt de SWOT-analyse weergegeven. Deze sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen zijn voortgekomen uit de resultaten in de hoofdstukken over de interne en externe analyse. De resultaten hebben betrekking tot Apollo Vredesteins marketingbeleid, het B2B-platform van Apollo Vredestein, de trends en ontwikkelingen in de markt en de platformen van groothandelaren en concurrenten. In tabel 9.1 staan deze resultaten beschreven.

Tabel 9.1 SWOT-analyse Apollo Vredestein

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Sterktes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apollo Vredesteins rijke voorgeschiedenis heeft geleid tot de plek tot vooraanstaande Europese fabrikant van topklasse banden. De ontwikkelde banden worden geproduceerd om prestaties van ieder voertuig te maximaliseren. Apollo Vredestein heeft grote stappen gemaakt in veiligheid, wegligging en brandstofgebruik voor al haar producten.</li> <li>- Sinds 1997 werkt Apollo Vredestein samen met het Italiaanse ontwerp bureau van Giugiaro. Door het goede design zijn samenwerkingsverbanden aangegaan met bedrijven als Lumma Design, Hamann en Mansory.</li> <li>- De klanten van Apollo Vredestein ervaren een goede customer service, een goede lokale support door een eigen accountmanager en een goede aftersales. Naast deze voordelen biedt Apollo Vredestein haar twee merken aan voor een goede prijs-kwaliteitverhouding.</li> <li>- Het B2B-platform van Apollo Vredestein kan gebruikt worden voor om banden voor het aanschaffen van autobanden en landbouw- en industriebanden. De autobanden kunnen op het platform geselecteerd worden op zomer-, winter-, vierseizoenen-, runflat-, klassieke, bestelwageng- en Premium Styling-banden.</li> <li>- Snelgroeïende producten van Apollo Vredestein zijn de banden met inchmaten vanaf 17 inch, banden met snelheidsindicatie W en Y en de Ultra High Performance-banden. Onder deze Ultra High Performance-banden worden 'Wintrac xtreme S', 'Quatrac 5', 'Ultrac Vorti R', 'Ultrac Vorti' en 'Ultrac Satin' verstaan. Dit zijn producten die hoge marges genereren.</li> <li>- De banden 'Sportrac 5' en 'Snowtrac 5' kennen een stabiele omzet wanneer het gaat om de 15 en 16 inch maten. Tevens kent de 'Sprint Classic' een goede verkopen door een constante omzet.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p><b>Zwaktes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De binnenbanden (tubes) die verkocht worden via het B2B-platform worden onduidelijk in het platform weergegeven. De klanten ervaren moeilijkheden met het bestellen hiervan.</li> <li>- De voorraadstatus op het B2B-platform wordt erg negatief beoordeeld. Dit heeft te maken met vele backorders en leverdata die in de praktijk niet altijd gerealiseerd worden.</li> <li>- De klanten zijn niet tevreden over de snelheid van het B2B-platform van Apollo Vredestein. Hierdoor zijn veel klanten snel geneigd om bij groothandelaren te bestellen.</li> <li>- Het bestelproces op het B2B-platform vergt te veel kliks, waardoor de klanten te lang bezig zijn met het bestellen. Dit geeft problemen in drukke periodes.</li> <li>- Het marktaandeel van Vredestein is in 2016 met 0,3% verlaagd ten opzichte van het jaar 2015.</li> <li>- Op het B2B-platform van Apollo Vredestein is het nog niet mogelijk om de tweewielersbanden te bestellen.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Kansen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De speciale winterband 'Wintrac Ice' is speciaal ontworpen voor Scandinavië en enkele landen in Noordoost-Europa. Deze band biedt 21% betere handling op ijs, 20% betere handling op sneeuw en 5% betere remweg op sneeuw.</li> <li>- Apollo Vredestein is bezig met nieuwe autofabrikanten om OEM-banden te leveren. Deze marktontwikkelingen vergroten de markt van Apollo Vredestein.</li> <li>- Door de snelheid van het platform en de slechte en onduidelijke levertijden is duidelijk geworden dat de verkoop van Vredestein-banden hoger hadden kunnen zijn.</li> <li>- De autobandenverkoop zijn gestegen in 2016 ten opzichte van 2015. De banden voor de vervangingsmarkt zijn met 2% gestegen, de OE-banden voor passagier auto's met 3% en de zomer- en winterbanden beide met 1%. In het eerste kwartaal zijn de verkopen met 4% toegenomen ten opzichte van hetzelfde kwartaal in 2016.</li> <li>- De koopkracht van de inwoners van Nederland zal in 2017 toenemen. Ruim 90 procent van de Nederlanders zal meer te besteden hebben.</li> <li>- Het online bestellen is een grote ontwikkeling in het bestelproces van producten. Hierdoor is het gemakkelijker om producten te bestellen.</li> <li>- De levertijden hebben de afgelopen jaren enorme ontwikkelingen doorgemaakt. Tegenwoordig is het mogelijk om producten dezelfde dag of nacht, of de volgende dag geleverd te krijgen.</li> <li>- Door de ontwikkelingen in Azië is te merken dat meer concurrentie uit dat werelddeel merkbaar is. Echter is de kwaliteit van dergelijke Aziatische producten niet stabiel te noemen.</li> <li>- Het B2B-platform van concurrent Continental heeft onlangs haar platform vernieuwd. Deze nieuwe versie wordt niet als beter ervaren.</li> <li>- Het B2B-platform van Michelin wordt ervaren als een platform die trager is dat het B2B-platform van Apollo Vredestein.</li> <li>- Klanten ervaren het zaken doen met Michelin als moeizaam. Dit heeft te maken met het aantal banden die per jaar van deze leverancier moeten worden afgenomen, namelijk 10.000 per jaar.</li> </ul> | <p><b>Bedreigingen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De banden met de maten 13 en 14 inch worden erg weinig verkocht. Dit is een gevolg van nieuwe concurrentie vanuit Azië, met name uit China. Verwacht wordt dat het marktaandeel van Aziatische banden verder gaat groeien. Deze banden zijn populair en zitten in het bandenassortiment van de Nederlandse klanten.</li> <li>- Het B2B-platform geeft niet te allen tijde de juiste beschikbaarheid en juiste (afgesproken) prijzen weer. Ook zijn sommige belangrijke producten niet altijd op voorraad. Als gevolg hiervan neemt een deel van de klanten contact op met de vertegenwoordigers of met de binnendienst van Apollo Vredestein. Echter gaat een groot deel van de klanten direct naar de groothandelaar om de betreffende producten daar te bestellen. De groothandelaren hebben een betere voorraadstatus dan Apollo Vredestein.</li> <li>- Door de technologische ontwikkelingen kan iedere klant de prijzen op het internet vinden, en vergelijken. Door het grote aanbod van banden voor een erg goede prijs, heeft de groothandelaar hier een voordeel.</li> <li>- De grondstofprijzen van natuur- en synthetisch rubber stijgen in 2017. Aangezien de grondstofprijzen een groot deel van de kostprijs zijn, brengt dit sterke fluctuaties met zich mee. Dit heeft mogelijk tot gevolg dat consumenten de koop van de banden uitstellen of goedkopere banden aanschaffen.</li> <li>- Het marktaandeel van concurrent Continental is in 2016 gegroeid met 3,4% ten opzichte van het jaar 2015. Het marktaandeel van concurrent Michelin is hetzelfde jaar met 2,9% gestegen, en die van concurrent Hankook met 0,1%.</li> <li>- De groothandelaren Inter-Sprint, Van den Ban en Reedijk Banden Import bieden alle drie een 24-uurs levering en leveren banden voor personenwagenbanden, bestelwagens, trailers, caravans, 4x4-voertuigen, en trucks.</li> <li>- De producten die op het B2B-platform van concurrent Michelin worden aangeboden, zijn op datum te selecteren. Dit zorgt voor snelheid in het zoeken en bestelproces.</li> <li>- Na het bestellen bij concurrent Michelin wordt een e-mails verzonden op moment van wijzigingen in de leverdata. Ook wordt een e-mail verzonden met de orders die de betreffende dag binnenkomen.</li> <li>- De snelheid van het bestelplatform van groothandelaar Van den Ban maakt het mogelijk om binnen dertig seconden te bestellen. Hierdoor is het gemakkelijk om een band te bestellen.</li> <li>- Op het B2B-platform van landbouwbanden-groothandelaar Bohnenkamp wordt aanzienlijk meer informatie weergegeven over de producten.</li> <li>- Het bestelplatform van groothandelaar Inter-Sprint wordt door de klanten als beste ervaren. De combinatie van de inrichting en de snelheid zorgt voor een gemakkelijk bestelproces.</li> <li>- Door problemen in de markt bieden de concurrenten Dunlop, Goodyear en Michelin banden voor auto's met vierwielaandrijving. Deze banden zijn speciaal gecodeerd voor dergelijke auto's.</li> </ul> |

## Hoofdstuk 10 Conclusies

In het tiende hoofdstuk van deze scriptie worden conclusies weergegeven. Deze conclusies zijn gevolg van de interne en externe analyses. Door de geanalyseerde resultaten uit het verrichte bureau- en veldonderzoek is het mogelijk om in dit hoofdstuk de vier hoofdvragen te beantwoorden. Deze vragen gingen over het huidige marketingbeleid van Apollo Vredestein (paragraaf 1) en de huidige klanten die het B2B-platform (paragraaf 2). Daarnaast zijn in de derde paragraaf de trends en ontwikkelingen in kaart gebracht, gevolgd door de wijze waarop Apollo Vredestein zich kan onderscheiden ten opzichte van haar concurrenten (paragraaf 4).

### 10.1 Marketingbeleid

Apollo Vredestein biedt producten voor meerdere voertuigen. Dit doet ze op haar B2B-platform. De merken die op dit platform te bestellen zijn, zijn Apollo en Vredestein. Het platform is voor klanten toegankelijk op apparaten die toegang hebben tot het internet. De producten kunnen in een lijstweergave gegeven worden, maar kunnen ook individueel bekeken worden met meer informatie. De klanten vinden dat Apollo Vredestein een goede customer service en after sales verleent, alsmede een goede lokale ondersteuning door een eigen accountmanager.

In het assortiment van Apollo Vredestein bevinden zich een aantal banden met snelle groei en hoge marges. Dit zijn banden met inchmaten vanaf 17 inch en banden met snelheidscodering W en Y. Een band met potentie is de nieuw gelanceerde 'Wintrac Ice'. Deze band gaat grote maten ( $\geq 15$  inch) van haar oudere versie ('Arctrac') vervangen. Naast de banden met hoge marges of met potentie heeft Apollo Vredestein ook banden met een stabiele omzet. Dit zijn de 'Sprint Classic' en de 'Sportrac 5' en 'Snowtac 5' in de maten 15 en 16 inch. Vredestein-banden in maten 13 en 14 inch laten dalende verkoopcijfers zien.

De Enschedese bandenproducent verkoopt haar banden dagelijks via de vertegenwoordigers, de binnendienst en het B2B-platform. Naast de dagelijkse verkoop worden oude producten vervangen door verbeterde versies of tijdelijk door 'Limited Editions'. Marktonwikkeling vindt ook plaats binnen Apollo Vredestein. Dit betreft het verkopen van bestaande banden aan nieuwe OEM-markten.

### 10.2 Klanten

In 2016 telde het B2B-platform van Apollo Vredestein 265 klanten. In dat jaar bestelden deze klanten voor € 6.392.932,49 (excl. BTW). De top level customers bestond in 2016 uit 2,26% van de klanten en zorgde voor 40,58% van de omzet. De senior level customers bedroegen 6,42% en realiseerden samen 24,64% van de omzet. De medium level customers verwezenlijkten 14,91% van de omzet in dat jaar met 9,06% van de klanten. Het laatste segment, entry level, heeft de meeste klanten. Binnen dit segment zorgde 82,26% van de klanten voor 19,88% van de omzet. De top level customers bestelden gemiddeld € 432.383,24 in 2016. De senior level customers besteedde gemiddeld € 92.652,56, de medium level customers € 39.705,05, en de entry level customers hebben gemiddeld aan € 5.828,68 gekocht. De meest verkochte producten van Vredestein tussen oktober 2016 en april 2017 zijn de 'Quatrac 5', 'Snowtrac 5' en de 'Wintrac xtreme S'.

De klanten van Apollo Vredestein hebben aangegeven het liefst online bestellingen te plaatsen. Problemen die zich tijdens dit proces voordoen hebben doorgaans te maken met speciale eisen, niet leverbare producten, het verkeerd weergeven van beschikbaarheid en prijzen, en het bestellen van binnenbanden. Over het algemeen zijn klanten van Apollo Vredestein negatief over de voorraadstatus. Door deze problemen neemt een deel van de klanten contact op met de vertegenwoordiger of binnendienst van Apollo Vredestein, het andere deel van de klanten koopt de betreffende producten bij de groothandelaar.

De Vredestein-banden die de klanten bestellen, betreffen het benodigde aantal voor de eindgebruikers met een aanvulling van banden voor de voorraad. Deze banden worden in drukke periodes op elk moment van de dag besteld. In rustigere periodes maken de klanten over het algemeen verzamelorders, waarna bestellingen aan het eind van de dag verstuurd worden.

Het proces van bestellen op het B2B-platform is nog niet geoptimaliseerd. De snelheid en het bestelproces zelf vormen een grote bottleneck op het platform. Klanten van Apollo Vredestein hebben aangegeven dat dit de reden is waardoor zij minder Vredestein-banden hebben afgenomen bij Apollo Vredestein zelf. Ook is uit het kwalitatieve onderzoek gebleken dat het platform moet beschikken over functionele aspecten zoals weergave van (netto)prijzen, beschikbaarheid, voorraad en leverdata. Om gemak voor de klanten te bieden is in het verleden een offertegenerator in het platform geïmplementeerd. Deze functie wordt helemaal niet gebruikt.

Uit kwantitatief onderzoek is gebleken dat de weergegeven productinformatie op het platform voldoende is om bandendealers van informatie te kunnen voorzien. Wél zou een band makkelijker gevonden worden wanneer EAN-nummers in de productinformatie komen te staan. Het bestelproces kan versneld worden door middel van een snelle bestelmogelijkheid (quick order). De klanten van het kwantitatieve onderzoek gaven aan dat een quick order het bestellen makkelijker en sneller maakt. Hierbij moet wel een mogelijkheid worden aangeboden om een referentie in te vullen. De klanten hebben weinig interesse in een invulveld die het bestellen van sets van vier banden mogelijk maakt.

### 10.3 Trends en ontwikkelingen

De concurrentie uit Azië is zowel binnen als buiten Nederland te merken. De kwaliteit van de producten uit dat continent wordt steeds beter. Verwacht wordt dat het marktaandeel van Aziatische concurrentie verder gaat groeien. De Chinese bandenimport in Europa wordt geschat een percentuele verandering van +13% door te maken in 2016 ten opzichte van 2015. De groeiende wereldeconomie (voornamelijk in India en China) leidt tot een verhoogde vraag naar olie en natuurrubber. Hierdoor stijgen de prijzen van natuur- en synthetisch rubber. Dit heeft als gevolg dat de prijzen van rubberproducten sterke fluctuaties vertonen.

De koopkracht van de consumenten neemt toe. Meer dan 90% van de Nederlanders heeft in 2017 meer te besteden dan in het jaar daarvoor. Te zien is dat consumenten het laatste jaar meer duurzame producten hebben gekocht, namelijk 1,8% in 2016 ten opzichte van 2015. De groei van de koopkracht kan correleren met de groei van de totale bandenverkoop in 2017. Banden voor de vervangingsmarkt zijn met 2% gestegen, de OE-banden voor passagiersauto's met 2%, en de zomer- en winterbanden zijn gestegen met 1%. De totale branche is 2017 goed begonnen, aangezien het eerste kwartaal van 2017 een stijging liet zien van 4%.

Overheidsbepalingen hebben geleid tot eisen en doelstellingen waar bandenfabrikanten zich aan moeten houden. Noodzakelijk is het om de brandstofefficiëntie van een band binnen de grenzen te houden. Dit moet tot uiting komen op het EU Bandenlabel. Hierop wordt informatie over het energieverbruik (CO<sub>2</sub>-uitstoot), de geluidsproductie en de veiligheid van de band weergegeven.

De digitalisering van het bestellen is merkbaar. Het is belangrijk dat functionele aspecten de juiste manier invulling krijgen op een B2B-platform. Ook hebben ontwikkelingen plaatsgevonden omtrent de levertijden van banden. Tegenwoordig is het mogelijk om meer frequent geleverd te krijgen.

Ontwikkelingen rondom het segment TBR van Apollo Tyres zijn niet goed bij de klanten geland. Door de mogelijkheid aan te bieden dat eindgebruikers dergelijke truck en busbanden direct bij de bandenfabrikant af kunnen nemen is onduidelijkheid ontstaan. De klanten (bandendealers) hebben het idee dat ze overgeslagen worden.

### 10.4 Concurrenten en groothandelaren

Apollo Vredesteins meest belangrijke concurrenten zijn Continental, Hankook en Michelin. De benchmark met Continental en Michelin is gemaakt doordat deze bandenfabrikanten samen de leiders van de Europese markt zijn. De benchmark met Hankook is verricht, omdat Hankook zich in dezelfde prijscategorieën bevindt. Het marktaandeel van Apollo Vredestein is met 0,3% gedaald in 2016 ten opzichte van 2015. Het marktaandeel van de concurrenten Continental, Michelin en Hankook zijn respectievelijk 3,4%, 2,9% en 0,1% gegroeid.

De concurrent Continental heeft in de nieuwe versie van haar B2B-platform niet alle functionaliteiten geoptimaliseerd. Het platform was in de oudere versie makkelijker te bedienen. Concurrent Michelin biedt functionaliteiten op haar B2B-platform waardoor het mogelijk wordt om producten op leverdatum te selecteren. Tevens wordt een e-mail verzonden op moment dat wijzigingen in de leverdata plaatsvinden en een e-mail met de banden die die dag geleverd worden. Michelin doet pas zaken met een bandendealer bij afname vanaf 10.000 banden per jaar. Het bestelplatform van concurrent Hankook geeft beschikbare banden weer, met de bijbehorende leverdata. Dit verhoogd de overzichtelijkheid van van de producten.

Door de grote opslagcapaciteit van de groothandelaren Inter-Sprint, Van den Ban en Reedijk Banden Import zijn zij in staat goede leveringsvoorwaarden en -tijden bieden. Respectievelijk hebben zij een gemiddelde opslagcapaciteit van banden van 3 miljoen, 1,5 miljoen en 1,4 miljoen. Dit levert de groothandelaren voordelen op, aangezien zij een erg divers assortiment hebben. In geval van slechte of geen beschikbaarheid op het B2B-platform van Apollo Vredestein worden de Vredestein-bandens vaak besteld bij deze groothandelaren. Tevens speelt de snelheid en functionaliteit van het platform hierbij een rol. Zo bieden groothandelaren als Van den Ban, Bohnenkamp (landbouwbanden), Reedijk Banden en Inter-Sprint een erg snel platform met goede functionaliteiten. Groothandelaar Inter-Sprint heeft in dit geval een platform waar iedere klant over te spreken is; het is snel, gemakkelijk en geeft alles op een overzichtelijke manier weer.

Enkele concurrenten en groothandelaren kunnen banden leveren die speciaal gecodeerd zijn voor auto's met vierwielaandrijving. Bij het plaatsen van normale banden kunnen voor problemen zorgen.

Uit onderzoek is gebleken dat Apollo Vredestein veel stappen mist door functionaliteiten op haar platform. Door de forse concurrentie is het noodzakelijk om de functionaliteit op orde te hebben. Het komt veel voor dat aspecten op het platform van Apollo Vredestein niet goed ingericht zijn, zoals de snelheid, bestelproces en levertijden. In het volgende hoofdstuk worden reële aanbevelingen gegeven die probleemstelling moeten beantwoorden.



## Hoofdstuk 11 Aanbevelingen

Om de doelstelling van het onderzoek te realiseren zijn in dit hoofdstuk aanbevelingen voor Apollo Vredestein beschreven. De doelstelling luidt: het analyseren van het B2B-platform, waarna aanpassingen kunnen worden verricht aangaande de strategie en invulling van het platform. Het resultaat moet een omzetstijging van 20 procent door middel van stijging van de ordergroottes en gebruikersaantallen tot gevolg hebben. Uit het onderzoek is gebleken dat de snelheid van het B2B-platform van Apollo Vredestein niet optimaal is. Dit probleem is al geruime tijd bekend, waardoor Apollo Vredestein hier reeds mee bezig is. Hierdoor zal dit niet mee worden genomen in de aanbevelingen en in de aanbevelingen van dit onderzoek.

### Voorraadstatus verbeteren

Apollo Vredestein dient haar voorraadstatus te verbeteren. Als gevolg van slechte voorraden worden veel banden bij groothandelaren gekocht. Hierdoor verliest Apollo Vredestein omzet. De slechte voorraadstatus heeft over het algemeen betrekking tot de populaire bandenmaten. Door deze schakel in de supply chain te verbeteren zal meer frequent besteld worden op het B2B-platform van Apollo Vredestein. De voorraden worden op dit moment ook niet te allen tijde juist weergegeven op het B2B-platform van Apollo Vredestein. Haar IT-afdeling moet zorgen dat de voorraad live op het platform staat. Deze zaken moeten ervoor zorgen dat de klanten geen slechte voorraden meer ervaren. Verbeteringen in dit proces zal de continuïteit van het B2B-platform verhogen.

### Quick order

Om het probleem van het huidige bestelproces op te lossen is het mogelijk een snelle bestelmogelijkheid aan te bieden. In de vorm van een 'quick order' zou het mogelijk moeten worden de huidige stappen van bevestigen te verminderen. Hierdoor krijgt de klant de mogelijkheid om met één bevestiging de producten te bestellen. Dit dient geïmplementeerd te worden op meerdere plekken op het B2B-platform, namelijk in de lijstweergave en op de productpagina. Klanten willen graag een mogelijkheid om een referentie in te vullen zien. In het huidige bestelproces is dit van toepassing. Deze optie moet ook mogelijk zijn tijdens de quick order.

### Loyaliteitsprogramma

Om klanten te motiveren bij het B2B-platform van Apollo Vredestein te bestellen, wordt geadviseerd een loyaliteitsprogramma in te stellen. Dit programma koppelt een gewenst gedrag aan een beloning voor de klant. Een voorbeeld hiervan is de verkoop van banden koppelen aan spaarpunten. Bij het bereiken van een bepaald aantal spaarpunten krijgt de klant een incentive toegezonden. Dit kunnen pennen, petjes, POS-materiaal en vergelijkbare artikelen zijn. Bij goede en functionele incentives zullen de klanten gemotiveerd worden om punten te behalen. Om dit loyaliteitsprogramma goed te laten werken moeten overzichtelijke en haalbare doelen bereikt kunnen worden door de klanten. Deze doelen dienen uitgelegd te zijn en hoe deze bereikt kunnen worden. Doelen kunnen na het behalen uitgebreid worden, zodat het voor de klant interessant blijft.

### Aanbiedingen en kortingen geven

Het bieden van aanbiedingen en (staffel)kortingen moet leiden tot een verhoging van de omzet. Producten waar het hier om gaat kunnen producten zijn die een oudere DOT-code hebben of waar te veel voorraad van is. Door deze banden voor een speciale prijs aan te bieden op het B2B-platform, vormt dit voordelen voor zowel de klanten als Apollo Vredestein.

### Aankoopgeschiedenis tonen

Om de klanten te informeren met de banden die het meest besteld zijn, het beste zijn, of die zij eerder besteld hebben, worden zij bewust wat zich in de markt afspeelt. Deze producten kunnen weergegeven worden in de vorm van een banner of een carousel. De voorkeur gaat hierbij uit naar een banner, aangezien dit wel opvalt, maar niet te veel voor afleiding zorgt.

### Sorteermogelijkheden verbeteren

De huidige productinformatie in de lijstweergave biedt de mogelijkheid de informatie te sorteren. Echter is niet alles te sorteren. Informatie als (afgesproken) prijzen, beschikbaarheid en leverdata zijn nog niet te sorteren. Hiermee wordt het sorteren op goedkoopste prijs, beschikbare producten en snelst leverbare producten bedoeld. Wanneer dit geïmplementeerd zal worden, wordt de gemakkelijker in het zoeken verhoogd. Het doel hiervan is het verhogen van het gebruiksgemak voor de klant.

### Personaliseren platform

Een verhogende informatievoorziening moet meer duidelijkheid scheppen voor de klanten. Door personalisatie van het B2B-platform kan de klant de informatievoorziening inrichten hoe diegene het wil. Het bieden van mogelijkheden voor een e-mail met verwachte leveringen van Apollo- en Vredestein-banden per dag en een e-mail bij veranderingen in leverdata biedt informatie wat de klanten aangaat. Tevens wordt geadviseerd een persoonlijke calculator te implementeren. Hiermee is voor de klant mogelijk om marges direct te berekenen, zonder tussenstappen. Deze calculator kan in de vorm van een call-to-action op de website.

### **Te printen overzicht bestelde banden**

De klanten missen op dit moment een te printen overzicht met daarop de bestelde producten en informatie over deze bestellingen. Geadviseerd wordt om een call-to-action op de website te implementeren waarmee met één druk op de knop een overzichtelijke lijst geprint kan worden. Door op de call-to-action te klikken, zal de klant een overzicht in beeld krijgen. Dit overzicht is te filteren door bijvoorbeeld banden te selecteren of de bestellingen van een bepaalde periode te printen. Deze lijst moet de bestelde banden, prijzen, leverdata, referentie en status staan. In dit overzicht moet onderscheid gemaakt worden tussen facturen en creditfacturen. De normale facturen en de creditfacturen worden in het huidige besteloverzicht hetzelfde weergegeven. Dit dient anders vormgegeven te worden. Een oplossing die het overzicht verhoogd hiervoor is voor de creditnota een minteken te plaatsen, bijvoorbeeld -€ 2.500.

### **Brainstormsessies met klanten**

De continuïteit van de ontwikkelingen rondom het B2B-platform is erg belangrijk. Periodieke brainstormsessies met klanten die het B2B-platform gebruiken zal inzicht moeten geven in de problemen die het platform heeft. Door samen met de klanten het platform van Apollo Vredestein te bespreken, wordt feedback gegeven door de mensen die het dagelijks gebruiken. De klanten krijgen dan tevens het gevoel dat naar ze geluisterd wordt. Dit zal de relatie verbeteren. Voor Apollo Vredestein is het waardevol om dergelijke feedback te ontvangen, waardoor het platform zo optimaal mogelijk gemaakt kan worden.

### **Live chat**

Het aanbieden van een live chat biedt de mogelijkheid klanten te helpen met problemen en vragen. Dit is reeds mogelijk via de applicatie Intercom. Op het platform van Apollo Vredestein wordt Intercom in de huidige situatie gebruikt om geautomatiseerde berichten te sturen naar haar klanten. Een andere optie die deze applicatie biedt is een live chat. Door dit te gebruiken is het mogelijk om de klanten van hulp en informatie te voorzien wanneer zij hierom vragen. Het bieden van een live chat neemt volgens Beeren (2017) de drempel weg, en zal zeker voor korte vragen eerder gebruikt worden dan telefonisch contact. Dit kan mede als gevolg een stijging van de klanttevredenheid hebben. Voor het gebruiken van een live chat moet wel actief gereageerd worden op de vragen van de klanten, moet helder gecommuniceerd worden en niet te direct.

### **Blogs schrijven**

Naast de informatiebehoefte waar de dealers om vragen, wordt geadviseerd om een informatievoorziening te bieden. In de vorm van blogs kan informatie over Apollo Vredestein, haar banden en gerelateerde informatie gedeeld worden. Dit kan ook in de vorm van korte filmpjes met verkooptips, verbeteringen van het platform of trainingen. Hierdoor wordt het B2B-platform van Apollo Vredestein meer dan een bestelportaal voor banden. De klant zal zich, bij goede implementatie hiervan, meer betrokken voelen bij het proces en terugkomen bij nieuwe blogs en video's. Door het schrijven van relevante blogs zal Apollo Vredestein bepaalde betrokkenheid en bewustzijn van het merk creëren. Het monitoren van de blogs is eenvoudig, waardoor ingespeeld kan worden op bepaalde, populaire onderwerpen.

### **Productinformatie uitbreiden**

Om de informatievoorziening naar de klanten te verhogen, wordt advies gegeven om extra informatie toe te voegen op het B2B-platform. Op de productpagina wordt al informatie over de band gegeven, maar toevoegingen zijn de afrolomtrek van de band, het gewicht van de band, EAN-nummers en DOT-codes. Het verhogen van de mogelijke zoekfuncties, zal het gemakkelijker worden om producten te zoeken. Hoe sneller de klanten de juiste producten kunnen vinden, hoe eerder die klant geneigd is om terug te komen op het B2B-platform van Apollo Vredestein.



## Hoofdstuk 12 Evaluatie

In dit hoofdstuk wordt in de eerste paragraaf teruggeblikt en gereflecteerd op gemaakte keuzes omtrent de onderzoeksopzet. Oorzaken en gevolgen van voorgekomen afwijkingen ten opzichte van het geschreven plan van aanpak komen in paragraaf 12.2 aan bod. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt de relevantie van uitkomsten besproken.

### 12.1 Gemaakte keuzes

De keuze voor de gebruikte onderzoeksopzet is samen met Apollo Vredestein doorgenomen. De probleemstelling en onderzoeksvragen zijn na het tot stand brengen besproken met Apollo Vredestein. Op deze manier zijn de juiste vragen geformuleerd om de juiste informatie uit de markt te krijgen en die aan de behoeftes van Apollo Vredestein voldoen. Het theoretisch kader is als leidraad gebruikt tijdens het schrijven van deze scriptie. Door de verantwoording van de gebruikte middelen is duidelijk geworden hoe de data verkregen is. De onderzoeksmethoden en –instrumenten zijn zorgvuldig ingezet om de juiste data te verkrijgen voor het onderzoek. De verkregen data is vervolgens nauwkeurig geanalyseerd waar passende en realiseerbare aanbevelingen uit voort zijn gekomen. Voor deze data is het contacteren van klanten geadviseerd door collega's van Apollo Vredestein, aangezien zij langer in het bedrijf werkzaam zijn. Hierdoor hebben zij meer kennis over de klanten. Dit advies betreft de methode van het benaderen van klanten voor kwalitatief en kwantitatief onderzoek, zoals verricht is. De klanten zijn voor het kwalitatief onderzoek van tevoren telefonisch benaderd om een afspraak te maken. Alle klanten voor het kwantitatief onderzoek zijn via een applicatie op het B2B-platform van Apollo Vredestein benaderd.

### 12.2 Oorzaken en gevolgen van afwijkingen

Zoals in paragraaf 4.8 besproken, wijkt het kwalitatief en kwantitatief onderzoek af van het plan van aanpak. Het kwalitatief onderzoek heeft 11 respondenten opgeleverd in plaats van 25, en het kwantitatief onderzoek 15 in plaats van 20. De lage respons uit het kwalitatief onderzoek is een gevolg van het handelen door het Verkoopkantoor Vredestein Nederland. Het verkoopkantoor van Apollo Vredestein Nederland beheert alle Nederlandse klanten. Deze afdeling van Apollo Vredestein is benaderd voor klantgegevens voor interviews. In het plan van aanpak is beschreven dat 25 interviews verricht zouden worden. Echter duurde respons erg lang en konden maar elf klanten geïnterviewd worden. Dit is de directe aanleiding aangaande het aantal gehouden interviews. Daarnaast komt ook dat deze afdeling een intern klantenonderzoek in februari 2017 heeft verricht. Niemand van de marketingafdeling waarvoor deze scriptie is geschreven, had kennis genomen van dit klantenonderzoek. Daarnaast heeft het bedrijf Innovadis voor vertraging gezorgd. Innovadis realiseert de front- en back-end van het B2B-platform van Apollo Vredestein. Innovadis meet alle stappen die de klanten verrichten op het B2B-platform, wat informatie leverde voor de klantsegmentatie en nulmeting van dit onderzoek. Om deze informatie daadwerkelijk van Innovadis te krijgen, moest drie weken gewacht worden. Dit heeft te maken met de bezetting bij Innovadis en andere projecten die zij uitvoerden voor Apollo Vredestein. Deze projecten hadden een hogere prioriteit.

Echter is de representativiteit voldoende om uitspraken te doen over de gehele populatie. De gehele populatie wordt aangesproken, aangezien alle klantsegmenten onderzocht zijn tijdens zowel het kwalitatieve als kwantitatieve onderzoek. Alle data die uit het bureau- en veldonderzoek zijn verkregen, zijn zorgvuldig beschreven en gekoppeld aan elkaar. Tijdens het schrijven van de scriptie zijn de probleemstelling en onderzoeksvragen continu in acht genomen, om de focus hierop gevestigd te houden.

### 12.3 Relevantie van uitkomsten

De uitkomsten hebben geleid tot de aanbevelingen die passend zijn voor de doelstellingen van de strategie Apollo Vredesteins B2B-platform. Deze aanbevelingen zijn beoordeeld op relevantie en realiseerbaarheid. De bevindingen zijn tussentijds gepresenteerd aan collega's van Apollo Vredestein om deze zo goed mogelijk uit te werken tot passende aanbevelingen. Door tussentijds feedback te hebben ontvangen konden de juiste onderwerpen, conclusies en aanbevelingen geschreven worden. Dit verhoogd de kwaliteit en functionaliteit van de advisering voor Apollo Vredestein.

Alvorens de start van het onderzoek is duidelijk geworden dat de snelheid van het B2B-platform van Apollo Vredestein reeds in ontwikkeling is. Hierdoor is het advies om de snelheid te verbeteren niet aangedragen.

De uitkomst van de interviewvragen aangaande de medewerkers van de klanten wordt gebruikt om een kleine incentive op te sturen als bedankje voor het helpen met dit onderzoek. De interviewvragen aangaande de relatie worden intern aan Apollo Vredestein medegedeeld. Dit moet de relatie intern verbeteren.

## Literatuurlijst

- ABN AMRO (2017). *Rubber- en kunststofproductenindustrie*. [Geraadpleegd van <https://insights.abnamro.nl/branche/rubber-en-kunststofproductenindustrie/> op 5 mei 2017]
- ANWB (Z.D.). *Het Europese Bandenlabel*. [Geraadpleegd van <http://www.nsg.nl/file/244/> op 5 mei 2017]
- Apollo Tyres Ltd. (Z.D.). *Annual Review 2015-16*. [Geraadpleegd van <http://traditional.apollotyres.com/uploads/annual-report-for-the-financial-year-2015-16/index.html> op 31 maart 2017]
- Apollo Vredestein B.V. (2012). *Geschiedenis*. [Geraadpleegd van <http://www.apollovredestein.nl/over-apollo-vredestein/geschiedenis?Lang=nl-NL> op 11 april 2017]
- Apollo Vredestein B.V. (2012). *Visie, missie en strategie*. [Geraadpleegd van <http://www.apollovredestein.nl/over-apollo-vredestein/visie?Lang=nl-NL> op 11 april 2017]
- Bandenpro (2014). *Bandenverkopers verwachten groei van Chinees marktaandeel*. [Geraadpleegd van <https://www.bandenpro.nl/distributie/2014/04/17/chinese-banden-onmisbaar-voor-retailers-en-importeurs/> op 4 mei 2017]
- Beeren, T. (2017). *Voordelen van Live Chat*. [Geraadpleegd van <https://www.timbeeren.nl/voordelen-van-live-chat/> op 5 juni 2017]
- Cassidy, S. (2016). *The Revolution will be Digitized: The Growing Importance of Pricing in B2B eCommerce*. [Geraadpleegd van <http://www.pros.com/blog/pricing/revolution-will-digitized-growing-importance-pricing-b2b-e-commerce/> op 24 maart 2017]
- CBS (2016). *Stormachtige ontwikkeling webverkoop*. [Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/03/stormachtige-ontwikkeling-webverkoop> op 24 maart 2017]
- CBS (2016). *Consumenten besteden meer*. [Geraadpleegd van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2016/33/consumenten-besteden-meer> op 5 mei 2017]
- Consultancy.nl (2017). *Vier fundamentele verschuivingen in het B2B landschap*. [Geraadpleegd van <http://www.consultancy.nl/nieuws/13093/vier-fundamentele-verschuivingen-in-het-b2b-landschap> op 5 mei 2017]
- Continental AG (2017). *Continental Corporation*. [Geraadpleegd van [http://www.continental-corporation.com/www/portal\\_com\\_en/themes/continental/channel\\_facts\\_figures/facts.html](http://www.continental-corporation.com/www/portal_com_en/themes/continental/channel_facts_figures/facts.html) op 23 mei 2017]
- Continental Banden Groep B.V. (2013). *Over Continental Banden Groep B.V.* [Geraadpleegd van <https://www.conti.nl/over-continental-banden-groep/> op 23 mei 2017]
- De Bandenboerderij ECO BV (2017). *Banden prijs gaat fors stijgen in 2017*. [Geraadpleegd van <https://www.allseasonsbanden.nl/blog/banden-prijs-gaat-fors-stijgen-in-2017.html> op 4 mei 2017]
- eMarketer Inc. (2017). *B2B Ecommerce Market Is Still Maturing. Most organizations are still figuring out the basics of strategy and development*. [Geraadpleegd van <https://www.emarketer.com/Article/B2B-Ecommerce-Market-Still-Maturing/1014311> op 24 maart 2017]
- Epstein, M. J. (2005). *Succesvolle implementatie van e-commerce*. [Geraadpleegd van <http://executivefinance.nl/wp-content/uploads/2015/02/FC0504051.pdf> op 29 maart 2017]
- ETRMA (2011). *Tyre labelling*. [Geraadpleegd van <http://www.etrma.org/tyres/tyre-labelling> op 5 mei 2017]
- ETRMA (2017). *2016: moderate increase of European tyre market coupled with continued growth in imports*. [Geraadpleegd van <http://www.etrma.org/uploads/Modules/Newsroom/20170120---2016-market-appraisal-final4.pdf> op 5 mei 2017]
- ETRMA (2017). *First quarter 2017: Positive start for the European tyre industry*. [Geraadpleegd van <http://www.etrma.org/uploads/Modules/Newsroom/20170414---eu-tyre-market-1q-2017.pdf> op 5 mei 2017]
- Fresh Lines (2017). *Klantonderzoek Apollo Vredestein 2017; Inzicht krijgen in de tevredenheid, loyaliteit en het rendement van klanten van Apollo Vredestein*.
- Graauw, C. de (Z.D.). *Negen redenen om een nulmeting uit te voeren*. [Geraadpleegd van <http://claudiadegraauw.nl/negen-redenen-om-een-nulmeting-uit-te-voeren/> op 18 april 2017]
- Hankook Tire (Z.D.). *Bedrijfsverzicht*. [Geraadpleegd van <http://www.hankooktire.com/nl/about-hankook-tire/company/corporate-overview.html> op 23 mei 2017]
- Hurk, J. van den (Z.D.). *Stof jouw marketing af met de 4 C's!* [Geraadpleegd van <http://marketingbureaukleur.nl/stof-jouw-marketing-af-met-4-cs/> op 19 april 2017]
- Indora (Z.D.). *Marketingmix: van 4P en 6P naar 3R en 4C en SIVA en 4B*. [Geraadpleegd van <https://www.indora.nl/marketingmix-van-4p-en-6p-naar-3r-en-4c-en-siva-en-4b/> op 13 april 2017]
- Intercom (Z.D.). *See your customers and what they do in your app — for free*. [Geraadpleegd van <https://www.intercom.com/customer-intelligence> op 23 mei 2017]
- Inter-Sprint BV (2017). *Over ons*. [Geraadpleegd van <http://www.inter-sprint.nl/?lang=nl&p=3> op 23 mei 2017]
- Inter-Sprint BV (2017). *Onze logistiek*. [Geraadpleegd van <http://www.inter-sprint.nl/?lang=nl&p=4> op 23 mei 2017]

- Kleijn, H. & Rorink, F. (2005). *Verandermanagement; een plan van aanpak voor integrale organisatieverandering en innovatie; modellen en technieken*. [Geraadpleegd van [http://www.pearsoneducation.nl/kleijn/pdf/verandermanagement\\_modellenen\\_techneken.pdf](http://www.pearsoneducation.nl/kleijn/pdf/verandermanagement_modellenen_techneken.pdf) op 19 april 2017]
- Kleijn, H. & Rorink, F. (2009). *Verandermanagement; een integrale aanpak*. Amsterdam: Pearson Education Benelux BV
- Kotler P. & Keller K. L. (2012). *Marketing Management*. [Geraadpleegd van [http://socioline.ru/files/5/283/kotler\\_keller\\_-\\_marketing\\_management\\_14th\\_edition.pdf](http://socioline.ru/files/5/283/kotler_keller_-_marketing_management_14th_edition.pdf) op 13 april 2017]
- KwikFit Nederland B.V. (2016). *KwikFit Bandenmonitor najaar 2016: Rubberen voetafdruk "big five" groeit weer*. [Geraadpleegd van <https://www.kwikfit.nl/nieuws/bandenmonitor/kwikfit-bandenmonitor-najaar-2016-rubberen-voetafdruk-big-five-groeit-weer> op 24 mei 2017]
- Managementgoeroes.nl (2014). *Nulmeting*. [Geraadpleegd van <https://www.managementgoeroes.nl/management-begrippen/nulmeting/> op 19 april 2017]
- Mgirly (2015). *De nieuwe marketingmix bevat 4 c's*. [Geraadpleegd van <http://zakelijk.infonu.nl/marketing/46916-de-nieuwe-marketingmix-bevat-4-cs.html> op 13 april 2017]
- Michelin (2017). *Our Keyword: Integrity*. [Geraadpleegd op <http://www.michelin.com/eng/michelin-group/profile/our-ethics> op 23 mei 2017]
- Mkbadviesondersteuning (2014). *5 manieren om de solvabiliteit te verbeteren*. [Geraadpleegd van <http://www.mkbadviesondersteuning.nl/5-manieren-om-de-solvabiliteit-te-verbeteren/> op 10 april 2017]
- Muilwijk, E. (2015). *Ansoff model – groeistrategieën*. [Geraadpleegd van <http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/ansoff-model> op 13 april 2017]
- Muilwijk, E. (2015). *BCG-matrix*. [Geraadpleegd van <http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/bcg-matrix> op 13 april 2017]
- Muilwijk, E. (2015). *DESTEP analyse*. <http://www.intemarketing.nl/marketing/analyses/destep> [geraadpleegd op 8 juni 2016]
- Mybusinessmedia bv (2017). *Inter-Sprint kiest voor optimale voorraad en sterke logistiek*. [Geraadpleegd van <http://www.automobielmanagement.nl/dossiers/banden/tid407-inter-sprint-kiest-voor-optimale-voorraad-en-sterke-logistiek.html> op 24 mei 2017]
- NOA (2013). *Het belang van een SWOT-analyse*. [Geraadpleegd van <http://www.noa.nl/kenniscentrum/het-belang-van-een-swot-analyse/> op 19 april 2017]
- PR Newswire (2017). *Global and China Tire Industry Report, 2016-2020*. [Geraadpleegd van <http://www.prnewswire.com/news-releases/global-and-china-tire-industry-report-2016-2020-300393930.html> op 4 mei 2017]
- Reedijk Banden Import B.V. (Z.D.). *Welkom op de site van Reedijk Banden Import B.V.* [Geraadpleegd van <http://www.rbi.nl/> op 23 mei 2017]
- Rijksoverheid (Z.D.). *Koopkrachtcijfers 2017*. [Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/koopkracht/inhoud/koopkrachtcijfers-2017> op 5 mei 2017]
- Scriptium (Z.D.). *Hoe moet je de hoofdvraag van je scriptie operationaliseren?* [Geraadpleegd van <https://www.scriptium.nl/hoe-moet-je-de-hoofdvraag-van-je-scriptie-operationaliseren/> op 25 april 2017]
- Sfa print BV (Z.D.). *Wie zijn wij*. [Geraadpleegd van [www.vandenban.nl/wie-zijn-wij/](http://www.vandenban.nl/wie-zijn-wij/) op 24 mei 2017]
- Strategischmarketingplan.com (2017). *Klantenpiramide*. [Geraadpleegd van <https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/klantenpiramide-en-curry-analyse/> op 13 april 2017]
- Strategischmarketingplan.com (2017). *Marketingmix 4P vs 4C vs SIVA*. [Geraadpleegd van <https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmix-4ps-4cs-en-siva/> op 13 april 2017]
- Trott, P. (2008). *Innovation Management and New Product Development*. Harlow: Peason Education Limited.
- UNFCCC (2014). *Kyoto Protocol*. [Geraadpleegd van [http://unfccc.int/kyoto\\_protocol/items/2830.php](http://unfccc.int/kyoto_protocol/items/2830.php) op 5 mei 2017]
- Verbeek, T. (2011). *DESTEP: uitvoering en aandachtspunten analyse*. [Geraadpleegd van <http://www.voorbeeldvinden.nl/destep/> op 19 april 2017]
- Vliet, V. van (2013). *Marketingmix – 4 P's (McCarthy)*. [Geraadpleegd van <http://www.toolshero.nl/marketing-modellen/marketingmix-4ps-mccarthy/> op 19 april 2017]

## Bijlage 1 Wereldwijde vertegenwoordiging Apollo Tyres

### GLOBAL PRESENCE WITH PROXIMITY TO BOTH DEVELOPED & DEVELOPING MARKETS

sales to more than 100 countries world wide



Global presence helps in balancing business growth

|                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                      |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. United Kingdom</b><br><b>London</b><br>Global Marketing Office                                                                                                                                                             | <b>2. Thailand</b><br><b>Bangkok</b><br>Sales & Marketing Office                                                                     | <b>3. UAE</b><br><b>Dubai</b><br>Sales & Marketing Office                                                       | <b>4. South Africa</b><br><b>Johannesburg</b><br>Sales & Marketing Office                                                                                                       |
| <b>5. India</b><br><b>Oragadam, Limda, Perambra &amp; Kalamassery</b><br>Manufacturing Plants<br>1,445 MT per day <sup>1</sup><br>Tyres: Passenger cars, commercial vehicles, farm vehicles, OHVs<br><b>Chennai</b><br>R&D APMEA | <b>6. Hungary</b><br><b>New Greenfield</b><br>Manufacturing Plant<br>Tyres : Passenger Car & CV<br>Production expected by early 2017 | <b>7. Singapore</b><br>Procurement Office<br><b>Malaysia</b><br><b>Kuala Lumpur</b><br>Sales & Marketing Office | <b>8. Netherlands</b><br><b>Enschede</b><br>Manufacturing Plant<br>200 MT per day <sup>1</sup><br>Tyres: Passenger Vehicle, Agricultural and other product categories<br>R&D EA |

(1) Average for FY16

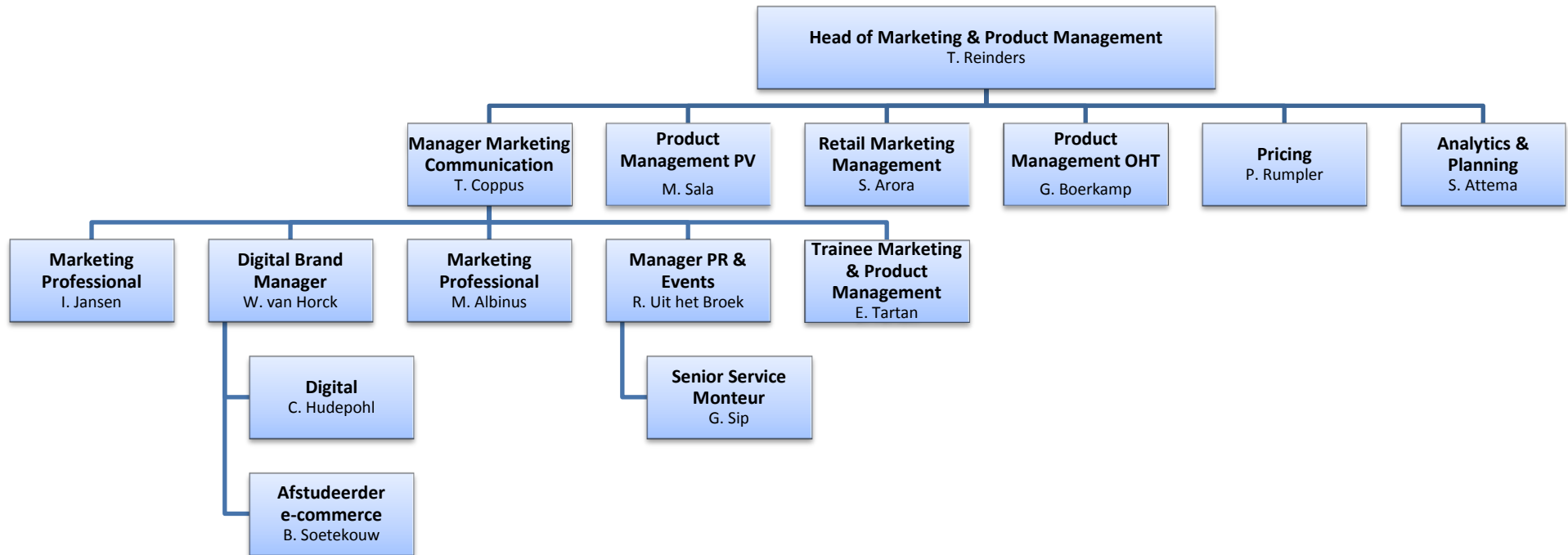
## Bijlage 2 Geconsolideerde balans Apollo Tyres

| Balans Apollo Tyres (x mln.)             |                   |                 |                  |                 |                                     |                   |                 |                  |                 |
|------------------------------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|-------------------------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|
|                                          | 2016*             |                 | 2015**           |                 |                                     | 2016*             |                 | 2015**           |                 |
|                                          | ₹                 | €               | ₹                | €               |                                     | ₹                 | €               | ₹                | €               |
| <b>Vaste activa</b>                      |                   |                 |                  |                 | <b>Eigen vermogen</b>               |                   |                 |                  |                 |
| Materiële vaste activa                   | 41.092,03         | 591,73          | 41.559,02        | 598,45          | Aandelenkapitaal                    | 509,02            | 7,33            | 509,09           | 7,33            |
| Immateriële vaste activa                 | 2.199,29          | 31,67           | 1.096,33         | 15,79           | Reserves en overschot               | 61.313,07         | 882,91          | 49.913,88        | 718,76          |
| Kapitaal (in progressie)                 | 9.749,82          | 140,40          | 2.182,06         | 31,42           |                                     |                   |                 |                  |                 |
| Goodwill bij consolidatie                | 4.711,40          | 67,84           | 1.165,13         | 16,78           | <b>Vreemd vermogen lang</b>         |                   |                 |                  |                 |
| Financiële vaste activa                  | 9,26              | 0,13            | 7,17             | 0,10            | Langtermijn leningen                | 6.095,73          | 87,78           | 3.339,39         | 48,09           |
| Uitgestelde belastingvorderingen (netto) | 405,92            | 5,85            | 296,05           | 4,26            | Uitgestelde belastingverplichtingen | 5.961,75          | 85,85           | 5.208,95         | 75,01           |
| Langlopende leningen en vorderingen      | 7.447,62          | 107,25          | 1.907,37         | 27,47           | Overige langtermijn verplichtingen  | 681,31            | 9,81            | 72,68            | 1,05            |
| Overige langlopende activa               | -                 | -               | 360,18           | 5,19            | Langtermijn voorzieningen           | 1.337,16          | 19,26           | 1.257,82         | 18,11           |
| <b>Vlottende activa</b>                  |                   |                 |                  |                 | <b>Vreemd vermogen kort</b>         |                   |                 |                  |                 |
| Beleggingen                              | 1.216,35          | 17,52           | 1.000,00         | 14,40           | Kortetermijn leningen               | 7.400,93          | 106,57          | 4.666,36         | 67,20           |
| Voorraden                                | 19.454,31         | 280,14          | 17.782,06        | 256,06          | Crediteuren                         | 36,98             | 0,53            | 31,02            | 0,45            |
| Debiteuren                               | 10.843,48         | 156,15          | 9.589,43         | 138,09          | Overige handelsschulden             | 15.457,80         | 222,59          | 8.902,66         | 128,20          |
| Liquide middelen                         | 5.941,99          | 85,56           | 5.945,43         | 85,61           | Kortlopende schulden                | 5.558,94          | 80,05           | 6.927,14         | 99,75           |
| Kortetermijn leningen en voorschotten    | 6.886,37          | 99,16           | 2.534,63         | 36,50           | Kortetermijn voorzieningen          | 6.693,10          | 96,38           | 5.465,75         | 78,71           |
| Overige vlottende activa                 | 1.087,95          | 15,67           | 868,51           | 12,51           |                                     |                   |                 |                  |                 |
| <b>Totaal</b>                            | <b>111.045,79</b> | <b>1.599,06</b> | <b>86.294,74</b> | <b>1.242,64</b> | <b>Totaal</b>                       | <b>111.045,79</b> | <b>1.599,06</b> | <b>86.294,74</b> | <b>1.242,64</b> |

\* Financieel jaar 1 april 2015 tot 31 maart 2016

\*\* Financieel jaar 1 april 2014 tot 31 maart 2015

## Bijlage 3 Organogram Marketing en Product Management Apollo Vredestein

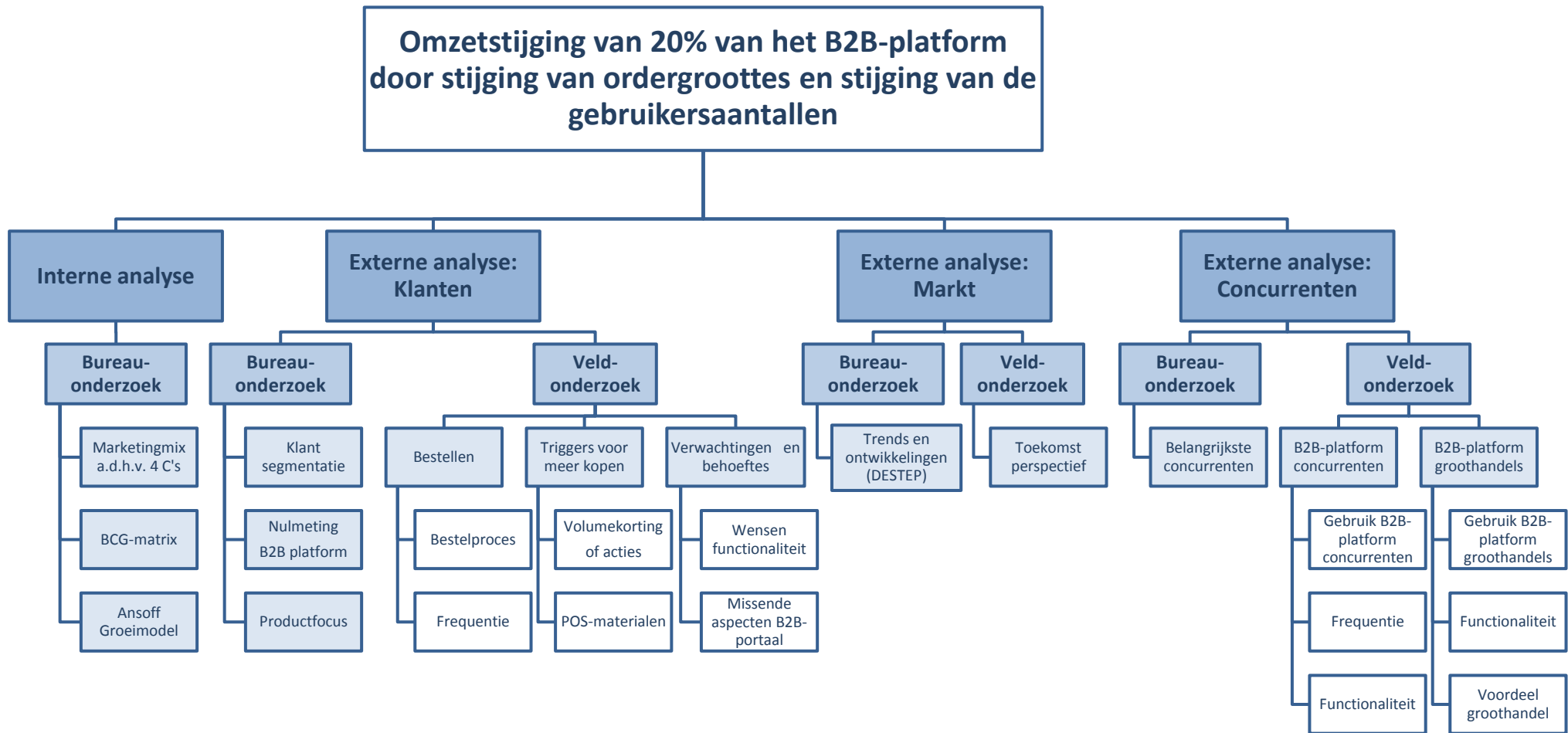


## Bijlage 4 Projectopzet per cluster

| Hoofdvraag                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                            |     |                                                                                                                |                        |                        |                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Op welke wijze moet Apollo Vredestein invulling geven aan de positionering van haar B2B-platform wat moet leiden tot 20 procent omzetgroei door stijging van de ordergroottes en stijging van de gebruikersaantallen? |                                                                                                                                            |     |                                                                                                                |                        |                        |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Cluster                                                                                                                                                                                                               | Deelvraag                                                                                                                                  | Nr. | Subvraag                                                                                                       | Onderzoekstype         | Wijze van verzameling  | Uitkomst                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1. Huidig marketingbeleid                                                                                                                                                                                             | Op welke wijze wordt het marketingbeleid van Apollo Vredestein gevoerd?                                                                    | 1.1 | Wat zijn Apollo Vredesteins marketinginstrumenten?                                                             | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       | Inzicht krijgen in de marketinginstrumenten van Apollo Vredestein en de huidige kenmerken van de producten en diensten.                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 1.2 | Wat zijn de huidige kenmerken van de producten en diensten van Apollo Vredestein?                              | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2. Klanten                                                                                                                                                                                                            | Wie zijn de huidige klanten die Apollo Vredesteins B2B-platform momenteel gebruiken en in welke mate wordt het platform door hen gebruikt? | 2.1 | Hoe ziet de klantsegmentatie van Apollo Vredestein eruit?                                                      | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       | Inzicht krijgen in de klantsegmentatie van Apollo Vredestein in combinatie met het huidige gebruik van deze klanten. Daarnaast moet duidelijk worden op welke producten van het B2B-platform de focus ligt en de daarbij behorende behoeftes van de klanten. |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 2.2 | Wat is het huidige gebruik van het B2B-platform door de klanten?                                               | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       |                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 2.3 | Op welke producten van het B2B-platform ligt de focus van de klanten?                                          | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       |                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 2.4 | Wat zijn de huidige behoeftes van de klanten?                                                                  | Toetsend onderzoek     | Interviews en enquêtes |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3. Markt                                                                                                                                                                                                              | Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de markt van Apollo Vredestein?                                                                    | 3.1 | Wat zijn de huidige trends en ontwikkelingen?                                                                  | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       | Inzicht krijgen in de trends en ontwikkelingen die spelen in de markt waar Apollo Vredestein actief is met haar B2B-platform.                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 3.2 | Waar moet Apollo Vredestein in de toekomst rekening mee houden?                                                | Toetsend onderzoek     | Interviews en enquêtes |                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 4. Concurrentie                                                                                                                                                                                                       | Op welke wijze kan Apollo Vredestein zich onderscheiden ten opzichte van haar concurrenten?                                                | 4.1 | Wat zijn Apollo Vredesteins belangrijkste concurrenten?                                                        | Beschrijvend onderzoek | Bureau-onderzoek       | Inzicht krijgen in de verschillende B2B-platforms van de concurrenten van Apollo Vredestein.                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                            | 4.2 | Wat zijn de verschillen tussen het B2B-platform van Apollo Vredestein en het B2B-platform van de concurrenten? | Toetsend onderzoek     | Interviews en enquêtes |                                                                                                                                                                                                                                                              |



## Bijlage 5 Schematische weergave projectopzet



## Bijlage 6 Interviewvragen

| Cluster             | Onderwerp                             | Interviewvraag |                                                                                      |
|---------------------|---------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Introductie</b>  | <i>Medewerkers</i>                    | 1              | Hoeveel medewerkers werken binnen uw bedrijf?                                        |
| <b>Klanten</b>      | <i>Verbeteren wijze van bestellen</i> | 2              | Op welke wijze bestelt u Vredestein producten?                                       |
|                     |                                       | 2.1            | Hoe zou het Vredestein bestelportaal uw werkzaamheden nog makkelijker kunnen maken?  |
|                     |                                       | 3              | Hoeveel banden bestelt u via het bestelportaal?                                      |
|                     | <i>Bestelgedrag</i>                   | 3.1            | In welke hoeveelheden bestelt u de banden?                                           |
|                     |                                       | 3.2            | Hoe gebruikt u het bestelportaal?                                                    |
|                     |                                       | 3.3            | Hoe zoekt u naar een bepaalde band?                                                  |
|                     |                                       | 3.4            | Bent u tevreden met de wijze waarop u op ons bestelportaal naar banden kunt zoeken?  |
|                     | <i>Voorraadstatus</i>                 | 4              | Wat vindt u van de huidige voorraadstatus van het bestelportaal van Vredestein?      |
|                     | <i>Functionaliteit bestelportaal</i>  | 5              | Welke functionele aspecten moet een bestelportaal hebben?                            |
|                     | <i>Goede zaken bestelportaal</i>      | 6              | Kunt u een top 5 van goede zaken noemen omtrent het bestelportaal?                   |
|                     | <i>Slechte zaken bestelportaal</i>    | 7              | Kunt u een top 5 noemen van zaken die u graag anders ziet omtrent het bestelportaal? |
| <b>Markt</b>        | <i>Trends en ontwikkelingen</i>       | 8              | Welke trends en ontwikkelingen zijn voor u merkbaar in de markt?                     |
|                     | <i>Toekomstperspectief klanten</i>    | 9              | Hoe ziet u de ontwikkeling van het bestelproces door middel van het bestelportaal?   |
| <b>Concurrenten</b> | <i>Bestelportaal concurrenten</i>     | 10             | Gebruikt u ook andere bestelportalen van concurrenten van Vredestein?                |
|                     |                                       | 10.1           | Hoe frequent gebruikt u deze?                                                        |
|                     |                                       | 10.2           | Welke functionele voordelen hebben deze bestelportalen?                              |
|                     | <i>Bestelportaal groothandels</i>     | 11             | Bestelt u ook banden bij groothandels?                                               |
|                     |                                       | 11.1           | Welke voordelen brengt het met zich mee om via deze platformen te bestellen?         |
| <b>Slot</b>         | <i>Relatie klant en Vredestein</i>    | 13             | Hoe ziet u de relatie tussen u en Vredestein?                                        |
|                     |                                       | 13.1           | Hoe zag het verleden eruit in de samenwerking met Vredestein?                        |
|                     |                                       | 13.2           | Hoe ziet u deze samenwerking in de toekomst graag?                                   |
|                     | <i>Verbeteringen in relatie</i>       | 14             | Wat zijn volgens u verbeterpunten wat Vredestein beter kan gaan doen?                |
|                     |                                       | 14.1           | Wat kunt u hieraan doen?                                                             |

## Bijlage 7 Kwantitatief onderzoek: conversatie en vragen

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Onderzoeker | <p>Goedemorgen,</p> <p>Mijn naam is Bas Soetekouw en ben van de online marketing afdeling van Apollo Vredestein. Momenteel zijn wij bezig met het verbeteren van dit platform. Zou ik u snel drie korte vragen mogen stellen?</p> <p>Staat u hiervoor open? Klik dan op het duimpje omhoog!</p> <div>   </div> |
| Respondent  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Onderzoeker | <p>We hebben drie korte vragen over het verbeteren van het platform. Mocht u nog andere suggesties hebben, dan staan we daar zeker voor open.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Onderzoeker | <p>Vraag 1: Is de productinformatie die wij op dit platform bieden voldoende, of mist u nog iets?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Respondent  | <p>Reactie respondent</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Onderzoeker | <p>Vraag 2: Een quick order is het bestellen door slechts één keer te bevestigen. Zou deze snelle bestelmogelijkheid uw bestelproces vereenvoudigen?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Respondent  | <p>Reactie respondent</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Onderzoeker | <p>Vraag 3: Zou het bestelproces gemakkelijker worden wanneer in de lijstweergave sets van 4 banden besteld kunnen worden?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Respondent  | <p>Reactie respondent</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Onderzoeker | <p>We zijn momenteel druk bezig met het optimaliseren van de snelheid en verwachten dit z.s.m. te kunnen implementeren. Heeft u verder nog punten die u graag verbeterd wilt zien in het platform?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Respondent  | <p>Reactie respondent</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Onderzoeker | <p>We gaan ermee aan de slag. Bedankt voor uw hulp!</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

\* Bij reactie respondent met  werden geen vragen gesteld.

## Bijlage 8 Getranscribeerde interviews

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Erwin Alberts (Bedrijfsleider) (E)  
**First Stop Wim Gerritsen Bandenservice B.V.**  
 Geitenbergweg 15  
 6950 AD Dieren  
 Datum en tijd: Maandag 8 mei 2017, 10.00 uur

B: Zo, de eerste korte vraag is gewoon even introducerend voor mij. Hoeveel medewerkers zijn er hier aanwezig?

E: Uuh, dat zijn er 10.

B: 10?

E: Ja.

B: Dat was een korte introducerende vraag, De Vredestein banden, ik zag de vlag hangen, de auto die gebrand is, maar hoe bestellen jullie nou de Vredestein banden?

E: Dat is wisselend, de ene keer is het via de shop gewoon, en de andere keer is het via een vertegenwoordiger of via de binnendienst. We hebben meestal nog wel eens contact met de binnendienst, op moment dat we zien dat iets via de shop niet leverbaar is, of op het moment dat we zien dat er iets in de backorder schiet, en dat een grotere levertijd met zich meebrengt. Dan bellen we vaak om te informeren, van, is dat nog mogelijk om te vervoeren of hoe het zit. En bestellingen via de vertegenwoordiger vind meestal plaats in verband met partijen, grotere aantallen die we kopen, of omdat we met prijsverschillen zitten, dat we extern wellicht goedkoper kunnen kopen. En dat communiceren met de buitendienst, en op die manier komen we daar vaak wel uit, om toch met Vredestein handel te doen.

B: Oke, dus op het moment dat jullie dan zeg maar het portaal van Vredestein zelf gebruiken, dat heeft dat met de prijs te maken, of?

E: Ja, dan...

B: Of levertijd?

E: Ja, dan is de bestelling zodanig voor ons akkoord en rond dat we alleen maar hoeven te bestellen, en dan kan het te maken hebben, of met de voorraad van het artikel, of met een artikel wat verkocht is voor een klant die we moeten bestellen. Op het moment dat ik via de shop dan is er niks aan de hand, laat ik het dan zo zeggen.

B: Nee, oke.

E: En op het moment dat ik via een vertegenwoordiger bestel, ja dan, heeft dat 9 van de 10 keer te duiden met de prijs.

B: Ja, oke. En enig inzicht hoeveel banden u via dit portaal bestelt?

E: Uuh, ik denk dat wij ongeveer 50-50 doen, dus vijftig procent online bestellen, en toch nog wel 50 procent bij vertegenwoordigers.

B: Oke. En, wij zijn ook aan het kijken van, goh, hoeveel de mensen bestellen in aantallen bijvoorbeeld. Bestelt u dan per keer dat de klant aan de balie komen, of laat u dat wachten..

E: Naja, vroeger werd het verzameld, zeg maar, toen werd 1 tot 2 keer per dag wat besteld. Dat had natuurlijk ook te maken met het feit dat de leveringen toen heel anders waren ten opzichte van nu. Toen kregen we 1 of 2 keer in de week geleverd, nu is dat dagelijks. Dus in die periode verzamelden wij dat, en dan plaatste je in een keer een order, en nu is het gewoon eigenlijk.., we zitten hier met drie/vier mannen aan de verkoopzijde, op het moment dat iemand een artikel verkoopt, logt hij in en besteld hij. Dus er wordt meerdere keren per dag, als dat nodig is, wordt dat gewoon besteld.

B: Ja, oke.

E: Nou moet ik zeggen, nou doe ik het voorraadbeheer, dus op moment dat ik bestel, en ik bestel nog voorraad, dan zullen dat in een order vaak ook meerdere artikelen zijn. Dat zullen vaak geen twee banden zijn.

B: En, u gaf wel aan, soms via vertegenwoordigers van Vredestein. Blijft dit, de website, ik zie heb voor me, blijft die dan de hele dag open staan, of wordt ie iedere keer heropent om te zoeken?

E: Naja, goed. Kijk, als ik met de bestellingen bezig ben, dan.. en ik doe de voorraadbestellingen, dan bestel ik een keer per dag. Dan zijn dat meerdere artikelen, dan heb ik hem de rest van de dag niet meer open staan. Dat komt ook door.., wij werken met FTP files, per stock files, ik weet niet of je daarvan op de hoogte bent. Dus op moment dat ik een artikel nodig heb, dat is voor ons eigenlijk al de eerste stap, of ik nou een consument aan de balie heb staan, of ik heb een weborder die ik binnenkrijg van onze klanten, want wij leveren namelijk ook naar.. wij grossieren ook, dus op moment dat ik dan met 1 druk op de knop zie, tussen al die aanbieders, dat Vredestein hem heeft liggen, dan heb ik alleen maar in te loggen en hem te bestellen. Dus ik heb eigenlijk, ook weer, als je dat vergelijkt met 6/7 jaar geleden, toen had ik 10 webshops van verschillende partijen open staan, moest je bij iedereen inloggen, bandenmaat intoetsen, kijken wie het goedkoopst was, kijken wie de aanbieder was, en nu kan ik met 1 druk op de knop zien, van, wie het artikel op voorraad heeft.

B: Kan je dan ook zien voor welke prijs?

E: En ook voor welke prijs, ja.

B: En dan is het dus gewoon een kwestie van..

E: Ik laat het wel even zien, ik heb hier bijvoorbeeld een Vredestein-artikel opgevraagd, zomerband Sportrac 5, en nu kan ik met 1 druk op de knop zien, van, wie de aanbieder is hier, en wat hun voorraad is en wat mijn inkoopprijs is. En hier zie je tijden staan wanneer de file is ingelezen, dat wordt vier keer per dag ververs. Dus voordat ik ga inloggen in de desbetreffende shop, dan weet ik al, van, hij is op voorraad, dit is de prijs, en dan is het alleen nog maar een kwestie van bestellen. Dus het voortraject daarin is voor ons makkelijk en deze files zijn daarom ook ontzettend belangrijk.

B: Dus echt dat zoeken dan, gebeurt echt in de stock files..

E: In ons eigen systeem, ja.

B: En dat systeem is allemaal via First Stop?

E: Nee, nee, First Stop heeft totaal geen invloed op onze administratiesysteem wat wij daarin hebben. Dat is gewoon het systeem wat wij gekocht hebben, dat is Tyre Sis. En daar draaien wij op, en dat heeft eigenlijk niks met First Stop te maken.

B: Oh, oke. Dus dat is niet beïnvloed door First Stop.

E: Nee, doordat wij grossieren, ontvangen wij dus niet alleen van jullie, maar zoals je hier ziet, ontvangen wij die stock files, en aan de hand van die stock files wordt ook mijn externe voorraad in mijn webshop gedisplayed. Dus op moment dat ik een artikel niet op voorraad heb, wordt wel de voorraad van de externe aanbieders gedisplayed, vandaar dat ik ook die inkoopprijs nodig heb om mijn verkoopprijs te genereren.

B: Ja, oke. De voorraadstatus van Vredestein zelf, enige opmerkingen over?

E: Nee, die is prima. Kijk, bij alle partijen zijn wel eens artikelen niet leverbaar, of verplaatst dat, en we zien dat altijd bij de wisselperiode, dus de periode die we nu zo goed als achter de rug hebben, maar dat is niet alleen bij Vredestein, dat is eigenlijk bij alle merken, dus dat is.. daar kun je de een niet harder op afvallen dan de ander, dus, ja. Dus nee dat valt reuze mee. En zeker als we kijken, wintergerelateerd, als iemand is die kan leveren, dan is over het algemeen de dekking van Vredestein ontzettend goed. Heel veel partijen werken nog altijd met pre-orders, en op het moment dat je niet pre-ordert, of de pre-orders uitgeleverd zijn, dan zie je vaak dat de productie, zeker als periode al is toegefallen, dat op moment dat de producten er niet meer zijn, ook gewoon niet meer gaat binnenkomen in die periode. En Vredestein blijft gewoon veel langer doorproduceren. Dus het aanbod is ook veel groter in die periode.

B: En volgens die stock files, daar staat dan de prijs, inkoopprijs, op, en .. levertijd denk ik?

E: Nee, levertijd niet, er staat gewoon of het op voorraad is, en wat de prijs is, dus als hier staat dat het op voorraad is, dan weet ik het dat ik het morgen in huis kan hebben. Staat het hier dat het niet op voorraad is, dan moet ik inloggen om te kijken wat de levertijd is.

B: Oh oke. En wat zijn nou de belangrijkste punten van zo'n bestelwebsite?

E: Nou, dat het basis is, in de zin dat het voor iedereen toegankelijk moet zijn, en dat het de informatie bevat wat je nodig hebt. Doordat wij zelf ook zo'n webshop hebben laten bouwen, kregen we als commentaar, zeker in die beginfase, ik moet wel 10 keer klikken om daadwerkelijk die band te bestellen. En, dus je moet heel veel facetten doorlopen, eerst aan het winkelwagentje toevoegen, dan krijg ik weer een overzicht, is dit wel het juiste, en dan bevestigen en nog weer een keer bevestigen, dus ook voor ons is vaak de snelheid daarin geboden, en dus, met zo min mogelijk klikken tot het juiste resultaat komen. Ik moet zeggen, dat dat bij Vredestein goed op orde is.

B: Oke.

E: Als ik nog een opmerking mag geven..

B: Ja, natuurlijk.

E: Wat voor ons een ontlichting zou zijn, wat wel prettig zou zijn. Wanneer wij iets in de backorder plaatsen, of wanneer wij iets bestellen, dan komt het nog wel eens voor dat wij zien in de shop dat het op voorraad is, dat wij er vanuit gaan dat die de dag erop geleverd wordt, maar vervolgens die levering niet plaats vindt. En we hadden dat recent met een winterband, dan blijkt het in die tussenperiode, van daadwerkelijk bestelmoment tot het uitleveren, het artikel toch in de backorder is geschoten, en de leverdatum dat opschuift, zonder dat wij dat weten. Dus wij verwachten eigenlijk dat het artikel morgen komt, maar het artikel komt dan niet, en dan ga je kijken van, waar blijf dat dan, en dan zie je uiteindelijk, als je inlogt in de shop, van.. het artikel is in backorder geschoten, levertijd is over twee/drie weken. Nu hebben wij, bij verschillende partijen, onder andere bij Michelin, ontvang ik elke ochtend een email met daarin de artikelen die ik die dag geleverd ga krijgen, en ik ontvang ook een email waarnee er artikelen qua levertijden verplaatsen. Dus stel ik zet een band erin, in de backorder, en dat artikel wordt over drie weken geleverd, en de levertermijn wordt of vervroegd of verlaat, dan krijg ik een informatiemelding, van.. luister eens, het artikel zou eigenlijk volgende maand komen, maar het komt volgende week al.. iets in die trant zou wel prettig zijn, zeker in de winterperiode, omdat je dan gewoon meer kunt sturen naar je.. en naar je voorraadbeheer en naar je verkoop die openstaan.

B: Ja, absoluut. Ja, we zijn ook bezig met het vernieuwen van het platform, dus dat zal de komende tijd wel veel aan veranderen, en ook bijvoorbeeld de snelheid zal verbeterd worden. Want dit soort zaken zijn natuurlijk heel belangrijk om even mee te nemen. Zijn er verder nog zaken die u graag anders ziet, of?

E: Ik moet eigenlijk zeggen, ik weet niet of het nu al mogelijk is, want daar heb ik me eigenlijk nog nooit mee bezig gehouden bij Vredestein, maar, het zou nog wel eens makkelijk zijn als ik een artikel op leverdatum kan kiezen. Ik weet niet of die mogelijkheid er nu eigenlijk al is.. Dus daar bedoel ik eigenlijk mee..

B: Sorteren op leverdatum.

E: Ja.

B: Volgens mij, ik weet wel, als je, even kijken hoor. Als je hier op klikt, nee niet. Dus dat.. kan zijn dat dat in de vernieuwing zit. Maar goed.

E: Laat ik het dan zo zeggen, stel dat ik nu wat zou bestellen, en het is op voorraad, dan heb ik het morgen in huis. Alleen, wat voor ons gewoon een belangrijke sector is dat grossieren, doordat wij die garages ook beleveren, en zij hebben bij mij wel de mogelijkheid om op datum te selecteren. Dus het gebeurt dat al drie weken in het voren gepland wordt, en dan heb ik het hele magazijn vol liggen met banden die ik geleverd krijg, terwijl ik die pas over drie of vier weken uit moet leveren. Maar ik moet ze voorfinancieren, want ik krijg die factuur voor die periode al, en tegen de tijd dat mijn klanten de factuur krijgen, hebben ze nog een betalingstermijn van dertig dagen, dus uiteindelijk ben ik twee maanden aan het voorfinancieren, totdat ik mijn geld krijg. En dan zou het wel makkelijk zijn om te zeggen, van, ik kan dat bestellen in de shop, maar ik kan aangeven op welke leverdatum dat wens te ontvangen. Dat zou wel een..

B: Precies, ja.

E: Dat zou een toegevoegde waarde zijn.

B: Ja. Nou, dat is in ieder geval erg goede feedback om.. het is fijn om natuurlijk te horen dat dat gebruikt wordt, en dat het goed is, maar het is natuurlijk nog beter om te horen wat er verbeterd kan worden.

E: Ja.

B: Hangen hier bijvoorbeeld ook andere ontwikkelingen in de algehele markt aan, waarvan gezegd wordt, van, dit komt daar en daar door, bijvoorbeeld de levertijden, dat is natuurlijk de afgelopen tijd veel frequenter geworden. Zijn er verder nog dingen kenbaar?

E: Nou, goed, we merken natuurlijk in de loop der jaren, dat er steeds meer ontwikkeld worden, zeker ook met die levertijden, wat ik al zeg, 5/6 jaar geleden had ik bepaalde leveranciers die ik maar twee keer in de week geleverd kreeg, dat ging vervolgens over naar dagelijks, waarbij voorheen zo was dat ik minimaal 20 artikelen moest bestellen om een levering te krijgen, dat is eigenlijk ook allemaal achterhaald. En het is zelfs zo, dat ik vanuit meerdere partijen, vanuit twee partijen, ik ook nachtleveringen ontvang. En eenerzijds zou je zeggen van, is dat dat nodig, zit er altijd die spoed aan, maar nee, die spoed is niet altijd daar, we bestellen ook niet onze voorraadartikelen op die nachtlevering, maar het gebeurt toch nog regelmatig dat de klant, zowel een grossier als een consument die aan de balie staat, een lekke band of een kapotte band heeft, en op moment dat je dat dus 's nachts kan laten komen, kun je 's ochtends om 8.00 uur die klant helpen. In plaats van, dat Express of Steenbergers of wie het dan ook is, om 's middags om 17.00 uur nog een keer komt aanzetten, want dan heb je geen 1 dag levertijd, maar 2 dagen levertijd, als die dat dan zo laat pas komen brengen.

B: Ja, precies.

E: En ik weet niet in hoeverre rond de ontwikkelingen daarin op dit moment al bij jullie mogelijk zijn, of misschien wel in ontwikkeling zijn, maar.. Dat is voor ons absoluut wel een toegevoegde waarde, zo gezegd.

B: Ja, ik begrijp het, ja.

E: Dus dat zou nog wel een wens zijn, en als dat er niet is, is het misschien goed om een keer te bespreken.

B: Ja, absoluut, ik ga het sowieso meenemen.

E: Voor de rest, over het platform zelf, over het functioneren, hebben we denk ik geen klachten, het werkt goed, en er staat duidelijk in wat het moet zijn, en wat het is, dus ik denk dat dat prima functioneert.

B: Oke. Je gaf bijvoorbeeld ook aan dat Michelin gebruikt wordt, en andere partijen. Zitten er grote verschillen in, want wij kunnen natuurlijk zelf ook niet in de systemen van bijvoorbeeld Michelin.

E: En dan doel je met betrekking op uitstralen of?

B: Ja, maar ook de functionaliteit, of daar echte drastische verschillen in zitten.

E: Nee, in zoverre, kijk, Michelin die heeft dan wel de mogelijkheid dat ik op datum kan bestellen, laten we Michelin even in vergelijk erbij houden, zij hebben dan, het file wat ik ontvang bij wijzigingen, qua leverdata, en dat is wel prettig. Als je wilt kan ik je daar eventueel wel een voorbeeld van sturen hoe het eruit ziet.

B: Ja, dat zou erg fijn zijn.

E: En ja, goed, qua shop zelf, werkt de shop van Michelin niet sneller dan die van jullie werkt, dus wat dat betreft is dat eigenlijk vervelender, en Michelin heeft gewoon veel meer artikelen in een bepaalde bandenmaat, dus het doorfilteren tot het uiteindelijke artikel wat je nodig hebt, duurt bij Michelin langer, dan dat bij jullie.

B: Dat is in ieder geval goed om te horen natuurlijk.

E: Ja, en voor de rest...

B: En het gebruik van was, wat u zegt 50/50?

E: Ja, nou, dat komt eigenlijk voort doordat wij grossieren, kijk, op moment dat ik die garages niet zou beleveren, dan denk ik, met alle respect, dat ik vertegenwoordigers niet zo vaak aan de lijn zouden hebben als dat we dat nu hebben. En dat komt gewoon, in dat grossierderij zit ik soms op €0,50 vast, dat ik voor €0,50 te duur ben, dat de klant gaat lopen. En dan gaat het echt tot aan die laatste euro, tot aan die laatste cent, en ik moet dan de goedkoopste inkoop hebben omdat ik anders niet mee kan in de verkoop.

B: Ja, duidelijk.

E: En op het moment dat ik een particulier zou beleveren, en die staat hier aan de balie, ja, dan maak je keus van, dit is mijn inkoopprijs, daar wil ik een bepaalde marge aan verdienen, en dat bepaald mijn verkoopprijs. Dus of ik aan mijn inkoopzijde dus een euro duurder moet inkopen, ja, met alle respect, dan betaalt die particulier een euro meer aan de verkoopzijde. Alleen die grossierklant, die kijkt gewoon, hetzelfde wat wij doen, die kijkt online bij alle aanbieders hier in de regio en bij de goedkoopste bestellen ze, en die gaan gewoon lopen voor €0,50. Het is voor ons gewoon ontzettend belangrijk om er bij de inkoopzijde al vroeg bij te zitten. Doe ik dat niet, dan leg ik het af in mijn webshop.

B: Ja, precies.

E: En dat is aan de ene kant het mooie van de webshop, je geeft alles transparant door, je geeft je voorraad door en je geeft je prijs door. En op het moment dat je verkoopprijs niet goed is, is zo'n klant al weg. Zo'n klant belt ook niet op, en zegt, luister, je bent €0,50 te duur, kun je nog wat aan die prijs doen.

B: Ja, precies, dat is..

E: En vroeger had je nog telefooncontact, en kon je dat tijdens die verkoopgesprekken wel merken, van, daar zit iets niet goed, daar moeten we wat extra's doen, maar dat klantencontact hebben we natuurlijk nu niet meer, dus dat betekent gewoon dat je met je prijs gewoon goed moet zitten.

B: Ja, precies. Je moet er gewoon goed staan.

E: Ja, klopt. En, ik heb zo bij Michelin eigenlijk niet iets vergelijkbaars als bij jullie, ja wat ik al zeg, ze hebben zo veel meer artikelen, dus het wordt er voor ons niet makkelijker op om dat te zoeken en te filteren. Bij jullie is het eigenlijk, is het gewoon goed op de rit zeg maar.

B: Ja, oke. Dat is goed om te horen. Dan heb ik nog een paar afsluitende vragen, want in principe heb ik alle informatie wat ik wou over het platform.

E: Ja.

B: Hoe ziet u, zeg maar, de relatie met Vredestein zelf? Hebben jullie bijvoorbeeld vaak contact met de verkopers van Vredestein?

E: Ja. Ja. Het contact met de binnendienst is ontzettend goed, en het contact met de vertegenwoordiger is ook ontzettend goed. We merken bij heel veel andere partijen, dat er heel veel wisseling is qua verkoop.. buitendienst, maar zo ook binnendienst, En dat je eigenlijk geen binding meer hebt, op dat moment, met zo'n partij.

B: Oh, oke. Duidelijk

E: En wij zijn wat dat betreft best wel van de oude stempel..

B: Ja, dat is toch prettig.

E: Wij vinden dat op het moment dat, laat ik het zo zeggen, het klikt tussen de vertegenwoordiger en het klikt tussen de personen die op de binnendienst zitten, dat dat voor ons ook nog echt wel bepalend is of je met die partij zaken doet, ja of nee. En, nou, wij hebben bij Michelin heel veel wisselingen gehad de afgelopen jaren, qua verkopers in de buitendienst, en dat heeft ook als resultaat dat je continu wisselingen ziet in je inkopen, met welke partij je zaken doet. Mensen die de afspraken niet nakomen, dan ben je al sneller geneigd om te zeggen, weet je wat, zoek het maar uit, ik heb jullie nou drie keer de kans gegeven, en als je dan niet doet wat er gezegd wordt, dan ga ik op zoek naar een andere partij. En daarbij is met alle partijen waarmee wij zaken doen, is met Vredestein veruit de meest prettige samenwerking.

B: Oke. En kunnen wij hier als Vredestein nog betere stappen maken?

E: Nou, nee, ik kan daar eigenlijk zo 1, 2, 3, niet een voorbeeld over noemen. Kijk op moment dat wij ondersteuning nodig hebben omtrent een actie, of met betrekking tot give-away's, zijn er altijd gesprekken mogelijk, op moment dat we met prijsverschillen zitten maken we het altijd kenbaar. En de ene keer kan het wel, en de andere keer kan het niet. Maar de hele samenwerking is open en transparant in die zin, dat we het communiceren met elkaar. En dat is gewoon prettig, dat dat kan. Nee, dus ja, wat dat betreft zijn wij eigenlijk best wel tevreden, en eigenlijk een van de weinigen waarmee het zo plezierig loopt.

B: Oke, nou dat is er goed om te horen. Absoluut. En, wie is de sales-man bij jullie?

E: Fabian Ezendam.

B: Ja, die ken ik wel. Oke.

E: Ja, dus dat loopt goed, dat is ontzettend prettig. En ja, wat ik al zeg, we hebben nu dan bijvoorbeeld bij Michelin wel weer een nieuwe man zitten, en dat is een hele goede man, en dan merk je ook meteen weer; die zet zich in



voor ons, en dat heeft als resultaat dat wij ons weer inzetten voor Michelin. Het komt dan van twee kanten, en het moet ook van twee kanten komen. Alleen we merken ook bij bepaalde partijen, dat wij soms het idee hebben dat wij soms een te kleine speler zijn voor hun, of niet interessant zijn. Er wordt dan van alles beloofd, en wordt uiteindelijk niet waargemaakt, of emails worden niet teruggekoppeld, telefoontjes worden niet beantwoordt. En dat lijkt me eigenlijk niet meer van deze tijd om op die manier zaken te doen.

B: Nee, dat is inderdaad niet de bedoeling. Dat is niet netjes.

E: Nee, maar dan lijkt het ook alsof je niet gewaardeerd wordt als klant zijnde.

B: Nee, precies.

E: Klopt.

B: Oke. Zijn er verder nog toevoegingen, of opmerkingen?

E: Nee, heb ik eigenlijk niet. Maar goed, er gaat in ieder geval een update komen aan het platform begrijp ik.

B: Ja, we zijn er al langere tijd mee bezig. Ik ben dan zelf sinds februari weer bij Vredestein.

E: Ja, dat zei je, ja.

B: En daarvoor waren ze er al mee bezig, en we zijn nu echt stappen en plannen aan het maken.

E: Ja, mooi.

B: Dus dat komt er aan.

E: Heb jij eventueel een kaartje, of iets van een emailadres?

B: Geen kaartje van mijzelf, ik kan wel even het een en ander opschrijven.

E: Oke, dat komt dus helemaal goed.

B: Hierbij wil ik u bedanken voor de tijd en de informatie omtrent het platform.

E: Geen dank, bedankt voor je komst.

B: Geen dank.

---

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Roy van der Meij (R)  
**Gebr. Van der Meij**  
 Lonnekerbrugstraat 80  
 7547 AJ Enschede  
 Datum en tijd: Maandag 8 mei 2017, 11.45 uur

B: Oke, nou, korte inleidende vraag eigenlijk, ik zou mijzelf eerste even voorstellen, en ik doe bedrijfskunde MER hier aan het Saxion. En zoals ik zei doe ik mijn afstudeerproject nou bij Vredestein, en nou puur op het B2B platform. En aan mij de taak om te gaan kijken hoe dat beter kan en niet alleen vanuit ons, maar ook voor de klant zelf, dus ook voor jullie als Bandendealers / Inner Circle. Even een korte, makkelijke vraag, hoeveel medewerkers hebben jullie op dit moment in het bestand?

R: Vier, vier medewerkers.

B: Oke, alright. De banden van Vredestein, hoe bestellen jullie? Via het portaal, of bestellen jullie..

R: Die bestellen we via het portaal, en via, omdat dat op een gegeven moment, als het in het rood staat, of net beperkt, dus geel. Dan bellen we even op, van hoe en wat. Het kan altijd wel wezen dat het op voorraad is en dat dat niet in de B2B is geregeld qua beschikbaarheid.

B: Ja, oke. En op welke manier kan het platform van ons het nog makkelijker kunnen maken voor jullie?

R: Het is al vrij makkelijk, je moet gewoon even wennen om er mee om te gaan, en dat de voorraad beter wordt. Niet dat de incurante maten, want die zijn er volop, terwijl de courante maten..

B: Dat die eigenlijk te weinig zijn?

R: Ja, dat die eigenlijk te weinig zijn.

B: Dus te weinig beschikbaar zijn, oke. En merk je dan ook dat er bijvoorbeeld dat er tijdens het bestelproces, want kijk, aan de bestelstatus kunnen wij zelf als marketing niet heel veel aan doen, dat doet echt verkoop binnendienst, maar bijvoorbeeld op moment dat je wat wilt bestellen, duurt dat dan te lang, of bijvoorbeeld qua aantal kliks, is dat..

R: Nee, het is gewoon een, het aantal kliks is voldoende om ervoor te zorgen dat wij als bedrijf zijnde, niet zeggen van, we hebben wel of niet besteld, of we hebben iets verkeerd besteld. Dit is voor mij gewoon een extra controle, in die kliks.

B: En het moment dat jullie die banden bestellen, gaat het dan per 2 of per 4 of per 6?

R: Ligt eraan, twee bandjes, vier bandjes, zes bandjes, en bij een drukke periode met voorraad, doen we 20 banden, en dan voor ons is het makkelijker om er even naar toe te rijden, dan te laten bezorgen.

B: Ja, oke, precies.

R: En dan via e-commerce bestel je gewoon genoeg, voldoende, bestel je 10/12 bandjes.

B: En gaat die order dan elk moment van de dag eruit, of aan het einde van de dag bijvoorbeeld.

R: Elke dag, elk moment van de dag.

B: Dus als er een klant staat, gelijk bestellen en door.

R: Gelijk bestellen, want dan weet je zeker dat je het hebt besteld.

B: Hebt besteld, ja. Dat het niet blijft liggen.

R: Ja, precies. Of dat het... Stel je doet het aan het eind van de dag, vergeet je het voor 17.00 uur te bestellen, en je hebt de klant de volgende dag laten komen, dat heb je foute boel.

B: Ja, precies. En het portaal zelf, staat die dan de hele dag open, of openen jullie deze elke keer weer opnieuw?

R: Ja, ja, deze openen we elke keer weer opnieuw.

B: Oke, en dus via het portaal bekijken jullie de stock zeg maar?

R: Ja, de voorraad bekijken we op B2B.

B: Oke, dus, en de zoekmogelijkheden, voor de banden, is dat genoeg, is dat voldoende?

R: Ja, dat is genoeg.

B: Of is het te lastig, te ingewikkeld.

R: Voor ons uit, zijnde, is dit genoeg.

B: Oke, zijn er een aantal en goede slechte zaken die je zou kunnen benoemen omtrent het B2B-platform? En dan doel ik misschien meer op de mindere zaken waar wij wat mee kunnen doen.

R: Ja, dat de incurante meer voorraad heeft dan de courante maten. Diegene die bekijkt hoe, en wat, moet echt uit de praktijk komen, om ervoor te zorgen dat de klanten genoeg voorraad hebben.

B: Dat er dus genoeg voorraad is van de courante maten.

R: Juist, en de bandenmaten zijn tegenwoordig zo verschrikkelijk groot, tenminste, de hardlopers moet je gewoon voorrang geven op de incurante maten.

B: Ja, oke. Een stuk over de markt zelf, merk je veel veranderingen naar de maat zelf, wij zien bij Vredestein ook wel dat de maten steeds groter worden.

R: Ja, de maten worden groter, tussenmaten komen erin. Die nieuwe Renault Scenic, 195/45 R20.

B: Oh, ja? Ja, dat is een bijzondere maat.

R: Ja, nee, maar dat de courante maten meer, de grootste hardlopers, dat je daar meer voorraad hebt.

B: Ja. En, kijken jullie ook nog naar andere concurrenten naar de e-commerce, Michelin of anderen?

R: Michelin doe ik geen zaken mee, nee maar zoals Conti.. Continental, zij hebben ook een e-commerce, en de vorige was makkelijker te bedienen dan de nieuwe. En de vorige e-commerce van Vredestein was gewoon kort, en deze, de nieuwe is wat uitgebreider, en daar moet je gewoon aan wennen.

B: Maar is dat dan wel prettig ten opzichte van de oudere?

R: Ja, het is prettiger.

B: Oke, nou, dat is in ieder geval goed om te horen.

R: Maar in elke e-commerce zitten kinderziektes, en dat heeft iedereen dus..

B: Ja, precies. Wij zijn nou ook bezig met continue verbetering, absoluut. En als je aan moet geven, van, ik bestel zoveel bij Vredestein en zoveel, desnoods bij groothandelaren, of..

R: Alleen als ik niks bij Vredestein kan krijgen, dan kom ik bij de groothandelaren terecht. De hoeveelheid hoeveel ik daar bestel, houd ik gewoon op een lijstje bij. Die neem ik gewoon naar een vertegenwoordiger mee, en, van kijk, dit is er allemaal misgelopen, omdat.. het niet op voorraad was, of het stond in de backorder, of er was weer wat mee, of wat dan ook.

B: Ja, precies. Oke. En merk je ook vaak dat er iets dan in de backorder komt te staan, en dat het dan een week later pas geleverd wordt?

R: Meestal is dat op een langere duur, meestal heb ik ook wel die hardlopertjes op voorraad liggen. En mocht het zo zijn, dat ik een telefoontje van de dames krijg, van hoe en wat, en het gaat in de backorder, of wat dan ook, dan zorg ik wel dat ik hier altijd wat heb liggen, dus dat is geen probleem.

B: Ja, oke. Ja, soms wordt er nog wel eens gebeld of rijden jullie zelf nog wel eens naar Vredestein toe, maar wat biedt nou dat platform waardoor jullie het liefst via dat platform willen bestellen? Is dat de mogelijkheid of snel even kijken wat er beschikbaar is?

R: Meestal, kijken naar de beschikbaarheid, maar als het geel of rood is, bel ik toch altijd van hoe en wat, want het kan altijd zo zijn dat het op nul staat, maar dat net s' morgens alles aan is gevuld, maar het platform nog niet is bijgewerkt. Dus altijd even bellen.

B: Ja, snap ik. Ook in de verbeteringen van het platform worden dergelijke zaken meegenomen. Dat het allemaal op de juiste manier, nou weer te geven natuurlijk. Nog een aantal afsluitende vragen, echt over de relatie met Vredestein zelf. Hoe gaat dat? Dit zal ik verder niet in mijn onderzoek gebruiken, maar gewoon om even voor mij een indruk te krijgen, dit vraag ik aan elke dealer waar ik naartoe ga.

R: Ja, het is goed. Als er wat is, dan even bellen of wat dan ook.

B: Eventuele problemen zijn dan zo opgelost?

R: Wij weten de juiste persoon te bereiken, als er wat is. Wij zitten hier onder de rook van de fabriek, dus als er wat is of wat dan ook. Of als wij wat zien of merken aan Vredestein, banden, of wat dan ook. Dan is het een

telefoontje en de juiste afdeling staat hier. Of de testing, R&D, informatie centrum, als er wat is, een telefoontje en het wordt geregeld.

B: Ja, dat is mooi, fijn.

R: Dus voor ons is dit, we zijn de vierde generatie die al met Vredestein te maken heeft, dus.

B: Ja, dat zit wel goed dus, ja. Oke, top. Verder heb ik eigenlijk geen vragen. Zijn er nog opmerkingen of aanmerkingen wat u kwijt wilt?

R: Nee, voor nu niet.

B: Oke, dan waren dit de vragen. Hierbij zou ik je willen bedanken voor de tijd die je genomen hebt om mij te woord te staan. Hartelijk dank daarvoor.

R: Geen probleem, graag gedaan.

B: Bedankt.

---

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Bastian Kooy (K)  
**Banden XL De Baronie**  
 Bredaseweg 47  
 4744 CK Terheijden  
 Datum en tijd: Maandag 9 mei 2017, 9.30 uur

B: Ik zou mij eerst even voorstellen, mijn naam is Bas Soetekouw. Op dit moment doe ik mijn afstudeerscriptie bij Vredestein. Ik heb hiervoor al stage gelopen bij Vredestein, en dat beviel me zo goed dat ik zoiets had dat ik ook mijn afstuderen bij Vredestein wil verrichten. En ditmaal ga ik over het B2B-platform, dus echt de website, zoals ik al zei, waar besteld wordt. En ik heb hier een aantal vragen over. Ik zal beginnen met een korte introducerende vraag. Gewoon voor mijzelf om een beetje een idee te krijgen van de omvang van jullie. Met hoeveel mensen werken jullie hier?

K: Wij werken hier met zes mensen.

B: Ben je bekend met het portaal zelf?

K: Nee, hier ben ik niet bekend mee.

B: Oh, oke. De banden van Vredestein, hebben jullie een eigen bestelportaal, of bestellen jullie wel via het portaal?

K: Volgens mij wordt een gedeelte rechtstreeks besteld, en via de groothandel.

B: En de banden die rechtstreeks worden besteld, worden deze dan via de telefoon besteld of wel via de website?

K: Wij proberen zoveel mogelijk online te bestellen, ja.

B: En als je zou kunnen zeggen van, hoeveel procent direct bij Vredestein ten opzichte van afname bij groothandelaren?

K: Je bedoelt, hoeveel Vredestein banden of bij de groothandel of rechtstreeks inkopen?

B: Ja, dus direct of bij de groothandel.

K: Dat durf ik niet te zeggen, hier heb ik procentuele inzichten in, nee.

B: Oke. Hoe wordt, ook omdat ik wat functionele vragen hebben over ons platform, als jullie zoeken naar een band..

K: Ja?

B: Hoe wordt hier dan op gezocht? Op het moment dat een persoon belt of hier aan de balie komt, geeft diegene dan aan van, ik wil een zomer- of winterband. Hoe gaan jullie daarmee om? Schakelen jullie dan gelijk van, oh, dit is misschien wel een goede voor Vredestein, of misschien Michelin, of?

K: Ik kijk altijd naar de auto, naar wat voor type auto het is, want ik weet wel welke band het goed onder welke auto doet. Ook qua slijtage, weet je wel. Als je bijvoorbeeld een Audi Quattro hebt, weet ik dat, geen Vredestein, maar een bepaald merk en type band ga ik daar niet op adviseren. Express, omdat ik weet dat sommige banden problemen geven. Dus dan kijk ik naar, wat is een goede prijs/kwaliteitverhouding, wat wil de klant, dat is natuurlijk ook belangrijk, dus wat zoekt hij, en in welke prijs categorie. Er zijn ook mensen die zijn tevreden met een B-merk, die hebben wij hier ook.

B: Oke. Ja natuurlijk.

K: Meer dan het bedrijf waar ik hiervoor gewerkt heb. Daar verkocht ik bijna geen B-merk banden. Iedereen kocht daar veel A-merken, en ik verkocht daar ook veel Vredestein, zeker de winterbanden, de Snowtrac.

B: Ja, ja.

K: Zijn gewoon goede banden, dus.

B: En merken jullie ook nog enige ontwikkelingen in de markt, waar de bandenmaten, of er meer online besteld wordt, of?

K: Wij doen nagenoeg alles online. Als we tegen iets aanlopen in de systemen, als ik het zo mag zeggen?

B: Ja, systemen inderdaad.

K: .. pas dan gaan we bellen.

B: Oke.

K: Dus alleen in noodgevallen. Tegenwoordig zijn de platformen gewoon zo goed ingericht, er is zoveel keus.

B: Ja, precies, dat klopt.

K: Heb ik daarmee je vraag beantwoord?

B: Ja, ja zeker. De andere bestelportalen, ik weet niet, werken jullie helemaal niet met dergelijke portalen, of? Ben je bijvoorbeeld wel bekend met de bestelportalen van Inter-Sprint of Michelin of Continental?

K: Ja, of Van den Ban.

B: Oke, en zijn daar een aantal functionaliteiten waarvan je zegt van, dit is echt goed. Even niet wetend of Vredestein het wel of niet heeft.

K: Het is gewoon super easy om een band te bestellen, je kan gewoon binnen dertig seconden een bestelling er in zetten.

B: Oke, en wij zijn ook bezig met het maken, ontwikkelen, met een mogelijkheid tot quick order, waarmee je sneller kan bestellen. En u geeft ook aan, van minder kliks, dat is alleen maar fijn?

K: Ja, minder kliks, zeker weten.

B: Maar dan moet er nog wel een bevestiging achter zitten, van, ik wil deze banden?

K: Ja, dat is wel fijn.

B: Want zoals Inter-Sprint, die, dan vul je de bandenmaat in en het aantal banden. Dan is die gelijk, de order eruit.

K: Ja.

B: Maar, u geeft wel aan, van, er moet wel even een bevestiging bij.

K: Ja, wij kunnen hier wel in, ik kan het wel even laten zien. Wat we bijvoorbeeld, als je hier.. Hier heb ik gewoon een overzicht van de bestellingen. Ik kan gewoon altijd nakijken wat besteld is en wanneer.

B: Van de laatste 7 dagen is dit overzicht, zo te zien.

K: Ja, van de laatste week. Kijk, en dit is altijd wel fijn om terug te vallen op het platform waar dit in staat.

B: Ja, dat is begrijpelijk.

K: En dit wordt allemaal automatisch gekoppeld. En wanneer je dit als Vredestein ook koppelt met ons systeem.

B: Ja, precies.

K: Dat je het intankt, en in de autowereld was dat normaal. Dus als ik een auto-onderdelen bestelling deed, en verder werd dat automatisch gekoppeld aan het DMS systeem, en dan vervolgens hoef ik hier niks in te voeren, en je zou, bij wijze van een scan, een onderdeel binnen kunnen scannen. En dat is uiteindelijk een volgende stap die veel dingen gaan doen, zou dat echt heel mooi zijn. Wij zitten momenteel in een complete systemen switch. We hebben dit bedrijf recent overgenomen, dus we komen van een huidig systeem, wat hier draaide, een DMS systeem. Dit is de tweede vestiging van Banden XL. In Dordrecht zit onze hoofdvestiging en we zijn overgestapt op het systeem wat daar nu nog draait. Maar daar wordt ook gewerkt aan een nieuw systeem, dus we zitten in een totale, ja, alles dubbel. En dan losse systemen er nog naast draaien, dat is redelijk omslachtig. Dus dat zou ik voor een platform heel fijn vinden, als je de informatie intankt in het DMS. Dat zou heel easy zijn.

B: En als je bijvoorbeeld een mailtje zou krijgen, van, deze banden die komen vandaag binnen, of deze banden zijn gister besteld, bijvoorbeeld. Zou dat ook al dat vervullen?

K: Bestelbevestigingen via de mail zou ik niet interessant vinden, want ik krijg veel te veel mail. Maar zo'n lijst, waarbij ik zelf kan controleren wanneer ik het nodig vind, met referenties erbij, met bijvoorbeeld klantnaam of kenteken erbij. Dat zou gewoon perfect zijn, dan is je systeem feitelijk waterdicht.

B: Ja, dan kan je het ook snel terugvinden.

K: Ja, maar goed, inderdaad, de verwachte levering, dat is op zich wel een fijn iets. Maar om voor alles dan een mailtje te krijgen.. Misschien ook niet, maar dat kan ook gewoon online in je besteloverzicht.

B: Ja precies, dat dat weergegeven wordt bij de bestellingen, wanneer er geleverd wordt.

K: Maar als ik zou mogen kiezen, zou ik dan kiezen voor een systeem dat, als ik het nodig vind, zeg maar, vanuit deze vestiging, een montage oogpunt, die band heb ik nog niet gezien, check, wat is er mee? Wat is de status? Uitlevering dinsdag om 15.00 uur. Dat overzicht zou fijn zijn, als je het zou willen verbeteren.

B: En wordt er bijvoorbeeld in dit systeem al wel weergegeven, of ook nog niet?

K: Nee, dit is gewoon een order, en eigenlijk heb je het gewoon op de volgende dag binnen.

B: Dus dan zou het echt gaan over de, wanneer er wat geleverd zou worden, de status en wat te verwachten.

K: Ja, precies.

B: Oke. Zijn er verder nog zaken waarvan u zegt van, dit is, dit moet in het platform komen, of dit is..

K: Ik zit even te denken..

B: We zijn ook bezig met het verbeteren van de snelheid, dus.. En, hier hebben wij bijvoorbeeld ook een offerte-generator, wordt dat wel eens door jullie gebruikt, of hebben jullie een eigen systeem voor offertes en facturaties?

K: Ja, we hebben een eigen.., Vendit heet dat systeem, dat is wel specifiek voor onze branche, voor de autobandenbranche.

B: Ja, oke.

K: En hier kan ik wel eens gewoon.. kijk dit is ons systeem. En hier kan ik gewoon, hier staan alle banden in die leverbaar zijn.

B: Onder andere groothandelaren, of die bij jullie hier?

K: Kijk, want onze markt is ook wel gebruikte autobanden. Er zit hier achter nog een hele grote in- en export, en de mooiste banden daaruit, verkopen we hier ook, als het kan.

B: Ja.

K: Dat is gewoon een tweede punt, dus wij.. binnen ons systeem hebben wij nu bijvoorbeeld.. kijk, hier hebben we bijvoorbeeld een Vredestein Comtrac Winter met 8 millimeter, met meer dan 8 millimeter profiel. En dat staat hier gewoon in en dan staat hier de verkoopprijs van de banden. Alleen de band is niet op voorraad, dus die komt nog, of die ligt in onze andere vestiging in Dordrecht. Zie je? In Dordrecht liggen er twee op voorraad.

B: Ah, oke.

K: Dus via dit systeem kan ik de voorraad checken, en de banden wel verkopen, en dan weet ik dat ik de klant niet vanmiddag langs moet laten komen, maar morgen, in verband met de levertijd. Want we hebben dus ook een logistiek systeem tussen onze twee vestigingen.

B: Ja, dat is ideaal, en ook in combinatie met dit systeem, absoluut.

K: Ja. Dus daar hebben wij dit systeem echt voor nodig, omdat we die combinatie hebben: nieuw en gebruikt. Maar inderdaad, stel dat je, je ordered bij Vredestein en je zal zo'n koppeling direct hebben naar je Vendit/DMS systeem, alleen ik heb werkelijk geen idee hoeveel verschillende banden, DMS systemen er zijn.

B: Ja, ik weet dat ook zo niet, maar dat is natuurlijk wel uit te zoeken, of de grotere systemen eruit halen.

K: Ik weet, in de autobranche werkt het wel zo. Dus dan krijg je ook echt uit het onderdelenprogramma van auto's, dat heb ik hier open staan.. Dit is, dus al je een DMS-systeem hebt, wat ik dus in de vorige garage had, dan tikte je gewoon de bestelling erin, en dan heb je je winkelwagentje, je ordered, en je laadt.. En je laadt hem direct in, dan staan ze allemaal gewoon op de juiste werkorder, en nu zit ik in dit systeem, en dan moet ik alles met de hand invullen, en eigenlijk werkt het met banden hetzelfde, dus 1-op-1 verhaal.

B: Ja, dat begrijp ik.

K: Oke. Nog een paar afsluitende vragen, want ik heb wel genoeg informatie gekregen.

B: Ben je bekend met de relatie tussen dit bedrijf en Vredestein zelf?

K: Nee, niet echt.

B: Enig idee of het goed is, of dat er verbeteringen mogelijk zijn.

K: Als je daar antwoord op wil, zou je dat even met Steven moeten overleggen.

B: Oke, dat is verder niet heel relevant. Dat is meer om een beeld te krijgen hoe het allemaal verloopt.

K: Het komt natuurlijk van twee kanten, maar ik zou je daar geen details over kunnen geven.

B: Oke, dat waren dan de vragen. Ik heb hierdoor in ieder geval goede informatie, dus dat is fijn.

K: Oke, goed om te horen.

B: Hierbij wil ik u graag bedanken voor de tijd die u genomen heeft om mij te woord te staan. Hartelijk dank daarvoor.

K: Absoluut geen probleem.

---

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Barry Snepvangers (Algemeen directeur) (S)  
**De Snep Garage's – De Snep Zundert**  
 Rucphenseweg 13a  
 4882 KA Zundert  
 Datum en tijd: Maandag 9 mei 2017, 10.30 uur

B: Zoals ik zei, ik ben van Vredestein. Ik doe op dit moment mijn HBO studie in Enschede, en een onderdeel daarvan is een afstudeerscriptie, en deze doe ik bij Vredestein. Ook al stage gelopen, en ik was zo tevreden, dat ik zoiets had van, ik, dit past wel, ik vind het een tof bedrijf, dus.. En nu mag ik op pad om te gaan kijken hoe het B2B platform, dus waar besteld kan worden, hoe dat ervaren wordt en wat dan meestal het gedrag van een dealer is, zeg maar. En hoe het gebruikt wordt. Even een korte introduceren vraag, om voor mijzelf even een beeld te krijgen; hoeveel medewerkers heeft u hier?

S: Op dit moment drie.. drie ja.

B: Oke, en dat zijn full-timers, of?

S: Ja, full-timers.

B: Oh oke, nou, de Vredestein producten, de banden, hoe worden deze besteld bij jullie?

S: Ja, hoofdzakelijk, 90 procent, online.

B: Oke, online dus, en dat is dan echt via het portaal van Vredestein zelf, of ook via de groothandelaren?

S: Ja, ook. Dus als Vredestein backorders heeft, dan kom je dus bij de groothandelaren, of dat we misschien wat kunnen regelen.

B: Ja, en hoe kunnen wij bijdragen om de mogelijkheid van banden bestellen online, omdat makkelijker te maken. Heeft u daar enig idee over?

S: Om het makkelijker te maken..

B: Ja, dus bijvoorbeeld eenvoudiger, of overzichtelijker.

S: Ja, kijk, de snelheid is natuurlijk heel belangrijk, en dan zie je natuurlijk de programma's die ontwikkeld worden, dat is te zwaar voor de hardware die wij eigenlijk allemaal hebben staan. Dus dan loop je al tegen de feiten aan. Dus al je een heel modern programma ontwikkeld, dan wordt het gewoon te traag voor ons. Omdat wij met de hardware ook al achterlopen als bedrijf zijnde. Dus als het dat een beetje in de maat blijft. Verder is het zo simpel mogelijk maken. Kijk, wat ik mij altijd verwonder, is bijvoorbeeld een ordernummer op een factuur te krijgen, ja.. ik weet maar amper waar ik het in moet vullen. Want als je het op de orderregel zet, wordt het niet weergegeven op de pakbon. Hetgeen wat ik ingeeef, zeg maar, dat wil ik zien, en op het moment dat mensen de bestellingen brengen, dat je ziet van, kijk, dat is van die order geweest. Dat is op dit moment een hele wirwar.

B: Oke, dus daar zit iets niet goed.

K: Nee, dat loopt op dit moment niet helemaal goed, nee.

B: En ligt dat probleem aan Vredestein, of is dat kenbaar bij alle producenten?

K: Nee, niet alleen, dat is ook bij meerdere. Want dan heb je, je kan bijvoorbeeld regelcommentaar geven, dat is helemaal prima, maar dat wordt dus niet afgedrukt op de pakbon. Dan heb ik er heel weinig aan. Want ik ga niet terugkijken in de systemen. Dus, dat is eigenlijk wel makkelijk, je zou eigenlijk een invulveld moeten hebben, of in ieder geval alle invulvelden, die zou ik terugwillen, maar dat is persoonlijk, wil ik zien op de pakbon. Nou moet ik eraan denken van, waar moet ik dat invullen. Nou heb je ordercommentaar, dus heb je maar een paar posities, dus kan je niet alles invullen wat je wilt. En je wordt altijd helemaal gek van een order in de mailbox, en een verzendlijst, en nog een keer dat ze onderweg zijn, en nog een keer een pakbon.

B: Ja, precies, dan wordt het allemaal wel veel. En op moment dat een klant hier staat, of belt, en zegt, ik heb een nieuwe band nodig, staat dan dat programma al open, of wordt het steeds heropend?

S: Nou, meestal staat het, kijk, ik heb nou net ook gekeken, dan blijft het gewoon de hele dag open staan.

B: Oke, zijn er verder nog op- of aanmerkingen over het platform, goede/slechte zaken die u kunt benoemen?

S: Nee, niet echt, kijk, iedereen heeft een persoonlijke gedachte over, dat heb ik ook, alleen dan denk ik, de een wilt het zo, de ander wilt het zo, en als je bij nummer vijf bent, die wil dan weer hetzelfde als de eerste. Dus ik ben altijd van, maak het gewoon voor iedereen flexibel, zodat iedereen ermee kan werken zoals ze willen. Een pakbon of orderbevestiging hoeft ik niet te hebben, want bij de levering zit alsnog een pakbon. Nou, dan heb ik de rest allemaal niet nodig, want dat vind ik onnodige belasting. Dat is niet precies bij jullie programma, want qua bevestigingen en dergelijk heb ik zo niet helemaal duidelijk hoe dat bij jullie gaat. Kijk, bij jullie als ze nog uitstaan, dan ben ik het al kwijt. We hebben bijvoorbeeld Tyres In Stock die doen echt: bestel order, moment dat het verzonden wordt, moment dat het nog een keer in Nederland is, dus dan krijg je eigenlijk vier mailtjes voor een bestelling. En dat hoeft ik allemaal niet. Ik wil gewoon bestellen, kijk, dat het achteraf te controleren is, dat is helemaal prima, maar om het gewoon simpel te houden, voor mij persoonlijk: bestellen en bij levering zit er dan toch een pakbon bij.

B: Ja, en als je bijvoorbeeld, als wij bijvoorbeeld het platform zo inrichten dat je mogelijkheid hebt om te gaan terugkijken in de geschiedenis, en wanneer het geleverd is? Zou dat een toevoeging zijn voor uw dagelijkse werkzaamheden?

S: Ja, dat is altijd handig uiteraard. Of ik er dan heel veel gebruik van zal maken, ik denk het wel, want het is natuurlijk hardstikke handig, en dat is natuurlijk wel met software, alles is te maken, je kan het niet bedenken of het is te maken. Alleen het moet niet zo'n zwaar programma worden, dat het programma te traag wordt. En nou zie je dus ook, je tikt een maat in, en dan gaat hij laden, en dan krijg je van die zwarte blokjes allemaal.. je zit nou echt te wachten. En hoe zwaarder dat ze dat programma maken, hoe langer wij moeten wachten, en dat is iets wat wij niet willen, gewoon omdat wij met hardware altijd achter de feiten aanlopen.

B: Ja, dat begrijp ik helemaal. Nou, kijk, wij zijn op dit moment ook bezig met een snelheidsupdate, dus dat zal binnenkort sneller worden.

S: Ja, maar opzich, het werkt hardstikke prima natuurlijk.

--- onderbreking door klant ---

B: Even terugkomend op het portaal, de functionele aspecten, als je zegt, van, dit heb ik echt nodig. Wat zijn dat dan voor aspecten?

S: Ja, bestelling, backorders kijken en wat er in de backorder staat. Eventueel wat er besteld is.

B: En eventueel wanneer het geleverd wordt?

S: Ja, en wanneer er dan leverdatum bij staat.

B: Hebben jullie veel te maken met producten die veel in de backorder schieten?

S: Ja, ja, dat ligt weer niet aan jullie programma. We moeten zelf opletten, wanneer we besteld hebben, krijgen we keurig een antwoord wat geleverd gaat worden, en wat de leverdatum is. Maar ja, in de vluchtigheid, zou je



misschien kunnen zeggen, dat alle backorders in een bepaalde kleur weergegeven worden, bijvoorbeeld rood. Dat heb je soms ook bij andere programmas, van: rood.. Dan heb je al een trigger van, oh dat is backorder. En nou gebeurt het wel eens, dan kijk je maar half, want dan is het druk. En dan kom je er twee dagen later achter van, die banden heb ik helemaal niet gezien, en dan staat ie in de backorder. Dat zou misschien ook nog een verbeterpuntje zijn, door de backorders in een kleur weer te geven.

B: Waardoor het duidelijker weergegeven wordt, wat dat betreft.

S: Ja.

B: Zijn er een aantal zaken kenbaar in de markt, qua ontwikkeling. Met het online bestellen bijvoorbeeld, waar wij rekening mee moeten houden, die jullie zelf merken? Er wordt natuurlijk tegenwoordig meer en meer online besteld, maar moeten jullie ook nog wel eens telefonisch contact opnemen met Vredestein?

S: Ja, dat doen we wel eens natuurlijk. Maar meestal ben ik dan onderweg. Wanneer ik op de vestiging ben, doe ik eigenlijk alles online.

B: Natuurlijk, ik hoorde net ook even Michelin voorbij komen, wordt er ook veel met andere bandenmerken gewerkt hier?

S: Nou, Vredestein is, al zolang wij bestaan, ons huismerk. Dat zal het ook altijd blijven, als het goed is. Het is jammer dat Vredestein niet meer in Nederlandse handen is. Hebben ze eerst 25 jaar belastinggeld bijgelegd, omdat ze steeds verlies draaide, en toen ging het in een keer een beetje lopen en toen hebben ze het gauw verkocht. Dat is dood en doodzonde, maar dat gebeurt met veel Nederlandse bedrijven.

B: Ja, ik zit dan zelf op kantoor in Amsterdam, en dat merk je wel. Het is van familiebedrijf echt naar een internationale grote partij is gegaan. Die portalen van de andere leveranciers of groothandelaren, zijn daarin een aantal zaken die beter ingericht zijn dan bij Vredestein? Of dat je een specifiek mailtje ontvangt, waarvan gezegd wordt van, dat is perfect, dat is prima?

S: Nee, zo 1-2-3 niet.

B: Of een mogelijkheid om iets op volgorde te sorteren, of noem het maar op, informatie wat weergegeven wordt.

S: Nee, bij jullie zit er geloof ik een knop om zomerbanden, winterbanden te selecteren. Nee, ik denk niet dat het iets uitmaakt ten opzichte van jullie con-collega's.

B: En de groothandelaren ook? Want zoals Inter-Sprint, ik weet niet of jullie met hun werken?

S: Ja, ja, bij jullie is het wel om de order te bevestigen, krijg je wel twee schermen. Dan denk ik van, haal er een scherm tussenuit. Zo simpel als dat het is. Snelheid is gewoon erg belangrijk. Kijk, er zijn van die mensen die willen tot in den treure bevestigen en bevestigen, ik noem ook altijd het voorbeeld met Windows, in de bovenhoek staat een rood kruis om te sluiten, en dan heb je van die programma's waarbij ze nog een vraag stellen van, wilt u zeker dat u dit wilt verwijderen, daar heb ik een hekel aan. Ik ga speciaal naar dat kruis toe om het te verwijderen, je moet alleen zorgen dat er een achterliggende prullenbak is, dat je het terug kan halen. Maar dat zit dus voor mij onlogisch in elkaar, om dergelijke vraagstellingen te stellen, en daar is dit er een van.

B: Ja, daar ben ik het ook wel mee eens. Wij zijn, zoals ik zei, met de snelheid bezig, maar ook bijvoorbeeld met zo'n scherm. We krijgen nou eerst van, ga je naar de complete kassa, of winkelwagen, en daarna nog een keer een bevestiging, en nog een bevestiging. Dus daar zijn we nu ook mee bezig, om een speciale, snelle ordermogelijkheid erin te gooien.

S: Iemand die dat graag doet, prima. Maar er zullen best mensen zijn die graag bevestigingen willen hebben, of dat die mensen dan drie keer bevestigen. Maar ik ben zelf graag van de snelheid, dus.

B: Ja, tuurlijk. En als het druk is, en je hebt hier mensen staan, dan..

S: Hoe minder ik hoeft te klikken, hoe beter.

B: Dat is goede feedback in ieder geval. Eigenlijk ben ik wel door de vragen heen, ik heb de informatie die ik nodig heb, nog korte vragen, u gaf al aan van, Vredestein is een beetje ons huismerk, hoe zit het met de relatie tussen Vredestein en jullie? Is dat goed, kan dat beter, of van onze kant?

S: Nee, goed, ja, ik zet altijd tegen Ruud ook altijd, kijk, alles ligt in jullie handen, wij hebben niks te vertellen, wij zijn een kleine zelfstandige, wij zitten onderaan de ladder, en wij moeten beschermd worden door jullie. Dus wij willen, het mooiste vind ik altijd, tenminste, als ik Vredestein zou zijn, zou ik een dealernetwerk hebben door heel Europa, en dat zouden mijn verkooppunten zijn. Want wij verkopen hier natuurlijk rechtstreeks aan de eindverbruiker, en wij verkopen het merk wat wij willen, niet wat Vredestein wil. Nee, wij verkopen hier voor 70 procent het merk wat ik wil, dus als ik vandaag zeg, ik doe geen Vredesteins meer, dat kan ik gewoon sturen. Dus wij moeten beschermd worden, dat vind ik altijd, de dealer zou de beste condities moeten hebben. Kijk, en je ziet gewoon de tendens Vredestein, dat snap ik, die banden worden geproduceerd en geproduceerd, en dan gaan ze voor een rot prijs naar de groothandel, en ja, dan krijg je die parallelhandel, dan krijg je die prijsverschillen.

B: Ja, precies. Zo gaat dat, ja.

S: En dan worden wij genoodzaakt, en nou is het de laatste jaren, is dat wel beter onder controle moet ik zeggen, dus, dan worden wij genoodzaakt om bij wijze van spreken, om bij de groothandel in te kopen. Maar wij worden wel afgerekend op aantallen per jaar. Want daar zit een inkoopconditie aan vast. Dus dat is erg tegenstrijdig, maar



dat is al zolang dat ik de banden zit. En dat zal waarschijnlijk altijd zo blijven als ze die policy blijven voeren. Dus ik zou liever hebben dat ze die groothandels aan de kant schuiven en alles via de dealerkanalen verkopen. En die dealers in die kanalen, kan je dan best strak zetten. Je kan best zeggen, je moet minimaal 700 of 1000 banden verkopen, of 500 banden om Vredestein dealer te zijn.

B: Ja, precies. Nog een terugkomende vraag op het platform, als jullie bestellen, bestellen jullie dan per klant, of bestellen jullie aan het einde van de dag?

S: Nee, dat is meestal meerdere keren per dag. Ja, als er iets speciaal besteld moet worden, en dan meestal de voorraad. Ik probeer het altijd te combineren. Maar je hebt natuurlijk een paar periodes, dan is het zo verschikkelijk druk, die periode is natuurlijk nou weg, dus nou is er weer rust in de tent, dan gaat het hardstikke goed, en dan probeer je gewoon te kijken van, wat moet ik voor mijn voorraad ook bijbestellen. Maar in die drukke periode, bestel ik wel eens gauw..

B: Zo snel mogelijk natuurlijk.

S: Inderdaad, kijk, ik houd natuurlijk wel de verzendkosten in de gaten, 150 euro franco thuis. Dus dat wel, dan bestel ik 2 banden speciaal voor de klant, en dan bestel ik 2 voorraadbanden erbij, een gangbare maat of zo, om geen verzendkosten te hebben. Maar, dat is inherent in het werk, want als het heel druk is zal je waarschijnlijk een paar orders per dag zien, en als het zo rustig is zoals het nou weer gaat worden..

B: Dan minder orders.

S: Juist.

B: En wordt er dan ook besteld in aantallen, bijvoorbeeld aantallen van twee is minder gangbaar dan aantallen van 4 denk ik?

S: Ja, wat ikzeg, ik probeer altijd franco thuis te krijgen, dus ik houd altijd die 150 euro in de gaten.

B: Ja, oke. En die 150 euro wordt.., dat maakt dan niet uit hoeveel banden je dan besteld?

S: Nee, nee. Als je 1 band besteld boven de 150 euro, is ie franco thuis, een kleintje maatje, ja van de week had ik een bandje van dertig, dertig euro, dan moest ik er twee hebben, dat is dan 60, en dan bestel ik er nog een paar gangbare bij, zodat ik weer boven die 150 uitkom. Maar daar heb ik geen moeite mee, en de relatie, ja, wij liggen in jullie handen. Als jullie zeggen, jullie zijn dealer, en jullie krijgen een rotkorting, om het zo maar even te zeggen, zijn wij genooddaakt om iets anders te gaan doen, want de consument kijkt naar de band, van, op internet kost hij 100 euro, nou dan kan hij bij ons 110 euro kosten, maar geen 120, want dan is het verschil al te groot. Maar, ja, je moet dan feitelijk uit gaan leggen van, ik heb hier een band van Vredestein, die kost 100 euro, rechtstreeks, en ik heb hier een van de parallelhandel, en die kost 98 euro. Dan zegt die consument van, wat voor verschil zit erin? Ik noem het altijd maar de Philips TV van de Philips dealer, en bij de Makro, dus dat zeg ik altijd maar, maar ja, zijn het verschillende producten? Ik weet het niet, maar bij de Makro is hij altijd goedkoper dan bij de dealer. En, wij zijn dan van alle markten thuis, dus wij bewandelen alle twee die wegen, om een serieuze inkoop prijs te hebben en een goed gemiddelde te behouden. En als dat gat te groot is, dan gaat dat niet.

B: Nee, dat snap ik. Ik wil ook niet meer betalen voor dezelfde producten, eigenlijk.

S: Ja, eigenlijk niet, maar..

B: Als het gat te groot is, zeg maar.

S: Ja, precies. Iedere euro, of twee, zeg je van, het scheelt maar een euro, maar legt dat de consument maar eens uit. Of ik heb een euro minder marge, want de consument betaald geen euro meer. En nou ligt het prijsbeleid met het internet gewoon open natuurlijk. Vroeger kon het nog wel een beetje verbloemen worden, maar tegenwoordig..

B: Maar nu.. iedereen, ikzelf ook, voordat ik wat ga kopen, ga ik ook kijken van, waar is het het goedkoopst.

S: En daar kunnen wij niet aan meedoen natuurlijk. Wij krijgen ook vragen als, ja op internet is alles goedkoper, dat is logisch, alles wat je tegenkomt is goedkoper dan bij ons. Sterker nog, wij moeten duurder zijn, anders redden we het niet. Dus als het op internet 100 kost, dan moet het bij ons 110 kosten. Het gat mag niet te groot zijn. En dan heb je een groep, dan koop ik het wel via internet, prima. Daar kunnen we nooit iets aan verdienen. En die internetsites helpen elkaar allemaal naar beneden, dat ze daar niet slimmer in zijn. De een rekt 100, de ander 99, de andere 98, en als ik dan zeg, oh, dan ga ik 97 rekenen, want ik verkoop niks, en dan zegt bijvoorbeeld Bandenmarkt, ik moet ook weer zakken, dus ja, als ik die verhalen hoor, net zoals bepaalde sites, die hebben nog nooit iets verdiend, sterker nog, dat kost ieder jaar geld, dan denk ik van, jongens kom op. En zij zitten wel onze marges te verzieken. Wij moeten er wel rekening mee houden.

B: Ja, wij zijn natuurlijk ook bezig om te kijken naar de toevoegingen om bij Vredestein te bestellen, qua levering en dergelijke, dus dat zijn we ook aan het uitzoeken intern, van, wat voegt het nou daadwerkelijk toe om niet bij Inter-Sprint een band te bestellen, maar gewoon wel direct via Vredestein.

S: Ja, nou, dan behoud je je specialisme natuurlijk. Ik zeg ook tegen onze klant, wij zijn officieel dealer van Vredestein en van Michelin, kijk op de site van Vredestein, daar staan wij vermeld. Er staan in de regio nog 30 bedrijven, dat is iets minder, helaas, maar wij zijn officieel dealer van Vredestein, dus ik vind als bandenspecialist, heb je dan een verhaal, als je straks, en alles ligt bij de parallelhandel en Inter-Sprint, ja Inter-Sprint levert aan

iedereen. En omdat wij hier Vredestein dealer zijn, kijk met Profile Tyre Center heb je dan afspraken mee, maar de andere garages in de regio, ja die krijgen geen Vredesteins, tenminste niet tegen diezelfde condities als dat goed is. Maar zo'n Inter-Sprint, die levert net zo snel aan de buurman, dan aan iemand anders, die maakt zich er niet druk om.

B: Nee, precies, en ze leveren zelfs meerdere malen per dag.

S: Ja, dus wij zijn, vind ik altijd, als specialist zijnde gebaat bij het feit dat we een beetje beschermd worden.

B: Ja, logisch, absoluut. Zijn er verder nog opmerkingen, aanmerkingen?

S: Nee, nou gaan ze bij jullie die kant op om de Apollo vrachtwagenbanden direct te verkopen, ja dat is natuurlijk voor ons een doodsteek. Heel simpel. Komen ze wel van terug. Nee, maar daar zitten wij niet op te wachten natuurlijk, dat transporteurs rechtstreeks kunnen bestellen. Ja, die kunnen rechtstreeks bestellen, prima, maar leveren via de dealers.

B: Dus jullie verkopen hier ook redelijk wat vrachtwagenbanden?

S: Ja. Kijk, ik vind het niet erg als ze rechtstreeks bestellen, als wij maar een creditnota krijgen, dan prima, maar als ze rechtstreeks gaan leveren, ja, dan zitten ze natuurlijk onze ruiten in te gooien, heel simpel. De eerste aanvaring hebben ze daar al, want dat is gewoon zo dat je zegt van, we gaan Vredestein maar eens boycotten. Dat hoop ik, ik hoop dat ze heel veel Apollo's verkopen, vrachtwagenbanden, perfect, maar wel via het dealerkanaal natuurlijk, via ons. Maar nogmaals, ik kan dat niet sturen, ligt echt aan de organisatie.

B: Ja, ik zit dan wel bij het management in Amsterdam, maar de vrachtwagenbanden/TBR dat ligt helemaal op het andere vlak, ook met een hele andere marketingafdeling.

S: Maar ook met Vredestein en die policy met Giugiaro en zo, daar werken ze al vijftien jaar of zo, mee. Dat vind ik hardstikke, ja dat is voor ons gewoon ook een goed verkoopargument. Dat is gewoon heel goed dat een band er ook netjes uit moet zien, dat het gestyled is, dat vind ik gewoon prettig. En dan zo links en rechts van die testen, dat ze als beste getest worden, ja geweldig. En die foldertjes, ja, liever digitaal als papier tegenwoordig, dan kunnen we dat ook eens uitdelen aan de consumenten, want ja, in die ANWB-test staat Continental of Goodyear bovenaan in de winterbanden, die hebben daar goede afspraken mee natuurlijk, dus wij zeggen altijd, ja, je kan van alle merken wel ergens een test boven water krijgen waarbij ze als best getest zijn. Maar dan moet je wel zorgen dat die testen in leven blijven. Ik kan niet aankomen natuurlijk met het argument dat Vredestein vier jaar geleden als beste getest is. Daar heb je niks meer aan. En zo moeten we samen het merk zien te verkopen. Dat lukt wel aardig, al moet ik zeggen, wij blijven op een zelfde soort niveau zitten in de regio, verkopen ieder jaar ongeveer hetzelfde aantal.

B: Oke, ja, begrijp ik.

S: We hebben uitbreiding gezocht door middel van meer vestigingen, Etten-Leur, Bergen op Zoom, niet gelukt, Bergen op Zoom is afgestoten, we hebben nou Zundert en Etten-Leur. En die doen we dit jaar 700 Vredesteins, volgend jaar 800 of 900, maar dat houdt een keer op.

B: Ja, natuurlijk. Op een gegeven moment heeft iedereen nieuwere bandjes en dan is de markt voor die periode meer verzadigd.

S: Ja, tezamen met de backorders onder controle houden, dat is ook belangrijk. Anders komen die aantallen niet uit, want dat is gewoon zo. 175/55 R15, T-Trac, ja, heel populair maatje, maar backorder. Dus ja, ik denk dat we die al langere periode ergens anders hebben gehaald, want we kunnen niet verkopen van, we hebben ze niet.

B: Ja, dus echt die gangbare/populaire maten, de hardlopers zeg maar, die moeten ook gewoon meer leverbaar zijn met kortere levertijden.

S: Ja, kijk, dat is een taak aan jullie om te zorgen dat zo min mogelijk backorders zijn.

B: Ja, daar heb je helemaal gelijk in.

S: Nee, maar alleen maar positief over het merk Vredestein, absoluut niks mis mee.

B: Oke, top. Dan wil ik u bij deze bedanken voor de tijd.

S: Graag gedaan, succes ermee.

B: Ja, gaat goed komen. Bedankt.

---

|                |                               |
|----------------|-------------------------------|
| Interviewer:   | Bas Soetekouw (B)             |
| Geïnterviewde: | Jim Timmermans (J)            |
|                | <b>Govers Automaterialen</b>  |
|                | Ambachtsweg 14                |
|                | 4691 SC Tholen                |
| Datum en tijd: | Maandag 9 mei 2017, 12.05 uur |

B: Nou, in ieder geval bedankt voor de tijd en de flexibiliteit omdat ik iets eerder ben dan gepland. Een korte introducerende vraag voor mijn beeldvorming van jullie, hoeveel mensen zijn er op dit moment werkzaam bij jullie?

J: Vandaag 9, negen man, maar normaal met 14 mensen.

B: Oke. En, zoals ik heb gezegd, ik kom van Vredestein en doe mijn afstudeerscriptie binnen Vredestein over het B2B-platform van hun, en aan mij dan de taak om dit te verbeteren samen met de andere jongens. Ik zit zelf op de marketingafdeling. Eerste vraag die ik eigenlijk, misschien wel de belangrijkste vindt, bestelt u Vredestein producten via het portaal?

J: Momenteel niet via het portaal.

B: Oke, dus momenteel niet. Dus dat gaat allemaal via de groothandelaar dan?

J: We werken samen met een Continental en Inter-Sprint, dat zijn onze leveranciers waar wij de Vredesteins vandaan halen. Nee, rechtstreeks niet.

B: U gaf ook aan tijdens ons telefoongesprek, dat er nog niet zoveel ingelogd wordt, zeg maar.

J: Nee, ik heb, toen jij belde, voor het eerst even ingelogd. Ik was overigens wel bekend met de site, maar ik weet nog niet wat daar de voordelen van zijn.

B: Oke, dus op dit moment wordt er niet via ons platform besteld, waardoor ik een aantal vragen even over kan slaan over de functionaliteit over ons eigen platform, maar welke zaken, qua functionaliteit, zoeken jullie in een bestelportaal?

J: Prijzen, beschikbaarheid, eventueel een calculator met een eigen calculatie mogelijkheid. Op moment dat ik mijn klant bel, van ja, die band heb ik, zie ik mijn eigen prijs, en kan ik ook gelijk zien wat de prijs voor de klant is.

B: Oke, dus dat zou een mogelijke toevoeging zijn?

J: Ja, zeker.

B: Oke. Ontvangen jullie op dit moment mailtjes van Inter-Sprint als de banden besteld zijn, en wanneer ze geleverd worden?

J: Nee, ik bestel zelf, dat doen we nog wel altijd. Dat gaan binnenkort op EAN code, dat gaat wel gebeuren, en dan krijg je, je gooit er een bestaande order uit, en dan krijg je een terugkoppeling

B: Dus dat zit er nog aan te komen?

J: Zo snel nog niet, maar dat zal met een maand of twee wel komen.

B: Oke, en als jullie banden bestellen, is dat dan per klant, of per order, waarbij jullie meerdere klantbestellingen tegelijk meenemen?

J: We hebben een klantenbestelling, daarbij is de verkoop ieder voor zich verantwoordelijk voor, die worden ook direct besteld bij de leverancier waar ze op dat moment op voorraad liggen, en ik vul zelf aan dat wat nodig is. Je moet het zo zien dat ik vaak een bestelorder draai van de banden die moeten worden ingekocht, en de banden die rechtstreeks bij de leveranciers gekocht worden bestel ik rechtstreeks, en dan heb ik altijd nog een grote moot met, inderdaad, de Continentals, Michelins, Vredesteins, en die gaan door de molen van iedere leverancier, en daar waar het goedkoopst is, worden ze gekocht.

B: Oke, duidelijk. Hebben jullie dan ook voorkeur voor bijvoorbeeld 2 of 4 of 6 banden?

J: Nee, ik heb het liefst gewoon altijd de beste prijs, want vandaag heb ik er 4 nodig, morgen wellicht 2 nodig, ja, dan zou ik een euro laten liggen omdat ik er morgen dan maar twee nodig heb, dan heb ik ook mijn leveranciers aangesproken, zo van, ik bestel bij jullie, en dan komen jullie met een goede prijs. Dus dat is wel de handelwijze hoe het hier gaat, maar kijk, als ik bijvoorbeeld 12 banden moet bestellen, bel ik nog wel eens voor een echte prijs, een speciale prijs, maar dat is wel sinds de bestelmogelijkheden en aanbieders veel minder geworden. En ook de grote aantallen.

B: Nee, liever geen voorraad.

J: Ja, wij zelf wel, want wij hebben soms wel 800 banden hier op voorraad liggen, waarvan bijna 200 Vredesteins. Maar de klant vraagt daar minder naar, je moet in de gaten houden welke merken de klant besteld. Vroeger hadden wij Continental en Michelin heel breed liggen, ook heel diep, echt bepaalde maten 12 tot wel 20 stuks, maar dat gebeurt niet meer. Als ik nu voor 1 type maximaal 6 banden op voorraad heb, is dat wel voldoende. De dekkingsgraad is heel erg veranderd sinds een aantal jaren geleden.

B: Ja, oke. En, via de groothandelaren, Inter-Sprint, zijn vaak wel de Vredesteins verkrijgbaar, met de levertijden, hoe is de huidige bestelstatus daarvan?

J: Mocht ik ze vandaag bestellen, heb ik ze vannacht in huis.

B: Oh, dus jullie krijgen ook nachtleveringen?

J: Ja, en als ik het echt heel gek wil maken, kan ik ze via Continental vandaag nog hebben.

B: De functionaliteit over ons eigen platform komt dus niet heel erg aan de orde, maar wat voor, laat ik het even trends en ontwikkelingen noemen, zijn hier kenbaar in de markt?

J: Budget. Dat is echt te merken.

B: Budget dus.

J: Ja, het is echt of 8 A-merk, of een band die maar net rond is, want de rest interesseert ze echt niet. En dat is wat we wel merken, is dat Vredestein.. ja, het wordt niet gezien als een A-merk, maar het is ook geen B-merk, het is eerder een B+ of A-, heel apart. Het hangt er een beetje tussenin, want wat het wel goed doet in de regio, is dat het een Nederlands product is. En dat slaat bij de mensen nog wel aan, maar qua prijs, we hadden hier heel veel

Vikingen liggen, het huismerk van Inter-Sprint is dat, en daar boxten we eigenlijk tegen gelijke prijzen aan, hetzelfde als voor Firestone, maar Firestone is eigenlijk zo'n band als Vredestein, daar vindt niemand wat van. Het is niet slecht, het is niet goed, het verkoopt zichzelf, dat is wel heel makkelijk. En dat merken wij met de Sportrac 5, sinds dat lijnprofiel, wij hoeven ze niet meer te verkopen, dat is gewoon.. de klant bestelt het gewoon.

B: Ja, oke. Dat is duidelijk. De laatste tijd met het opkomen van het internet, gaan veel meer mensen veel meer online kijken, zijn daar nog mogelijke ontwikkelingen?

J: Ja, je zit met die Europese markt, die half open ligt, we merken soms dat er banden uit Duitsland komen, dat er een hele andere prijs aanhangt dan wanneer wij ze in Nederland moeten kopen en verkopen. Dat is iets wat we nog wel zien, en daarnaast merk je dat er een grote lading banden uit Indonesië en China komen, en India geloof ik ook, en Turkije, alleen is daar de kwaliteit niet altijd even goed. Het is geen slechte kwaliteit, maar je merkt wel dat er per productieserie een verschil in kwaliteit zit.

B: Ja, we hebben natuurlijk ook Apollo banden.

J: India is dat he?

B: Ja, dat is inmiddels de eigenaar van Vredestein, en daar hebben we zelf ook veel mee te maken, ook op het hoofdkantoor. Ja, goed dat zijn belangrijke ontwikkelingen. De portalen van bijvoorbeeld Continental, Inter-Sprint, hebben deze echte functionele voordelen?

J: Ja, je hebt meerdere merken naast elkaar, dus je moet het zo zien, een klant die belt en moet een prijsje weten van een band, ik kan zo selecteren op prijs, en zeg dan van C-budget dit, B-budget dat, A-budget dit. Oke, nou die klant zegt dan een budget, of vraagt specifiek naar een merk, en bij Vredestein zit je natuurlijk wel gebonden aan..

B: Ja, wij bieden op ons portaal alleen onze eigen producten aan.

J: Je zou het zo moeten zien, in ons programma, wij zitten aan deze kant van de balie, zou ik dus van Vredestein, van Continental, van Michelin, allemaal losse portalen open moeten hebben staan om dan maar net die band te vinden, en als de klant nou net geen Vredestein wil hebben, dan vervalt de zoektocht op die site.

B: Oke, en, dus dit is dan het grootste voordeel van het kopen via een groothandel?

J: Ja, zeker. Ja.

B: Hoe zit precies de relatie tussen jullie en Vredestein zelf, om voor mij even een beeld te krijgen.

J: Er is hier altijd een vertegenwoordiger over de gekomen, heel consequent, en eigenlijk hebben wij altijd eigenlijk de boot afgehouden. Waarom? De voorgaande profielen, de T-Trac waren geen profielen die hier in de regio verkocht worden. De voorgaande, de Sportrac 2 en zo, was ook niet het profiel wat moest lopen. Maar sinds de Sportrac 5, sinds het lijnprofiel is het een volwassen band geworden, en ik denk dat het grootste verschil is. Wij hebben hier dan een goede constructie zodat we hier de banden op voorraad kunnen leggen, dat hebben we in overleg gedaan met Continental dan, maar wij mogen hier zelf hier en daar in schikken, dus dat geeft ons het voordeel van een voorraad. En wij merken wel dat dat bij klanten goed in de smaak valt. De relatie zelf, ja, garantiegevallen, die er dan zijn, worden gewoon afgehandeld. Ja, die ene met de Comtrac hebben we gehad, maar dat was met een blaar, en die hebben ze gewoon vergoed.

B: Oke, zijn er nog zaken wat Vredestein bijvoorbeeld beter kan gaan doen?

J: Ze zouden wel agressiever mogen zijn in de marketing, het is gewoon een goede band, en Nederlands product. Kijk, zo'n Michelin pretendeert de winterband opnieuw te hebben uitgevonden met de CrossClimate, terwijl de Quatrac van Vredestein al tig jaar op de markt is.

B: En eigenlijk beter, als je naar de testen kijkt.

J: Ja, en voor Nederlandse weeromstandigheden past het beter. En prijstechnisch veel aantrekkelijker. Dus dat zijn enkele dingen, dat mogen ze echt wel beter, ze mogen ook wat meer reclame maken. Beginnend bestuurders, maar ook ervaren rijders, ik weet niet zo goed welke doelgroep Vredestein heeft, maar prijs-kwaliteitverhouding zit gewoon in het juiste segment. Kijk Apollo hebben ze toendertijd ook wel gehad, en dat hebben ze voornamelijk uitgedragen via Kwik-Fit, ja, wij gaan dat niet verkopen. Die vraag komt ook niet van de klant.

B: Oke, wat dat betreft waren dat de vragen. Heeft u verder nog toevoegingen of opmerkingen over het verhaal?

J: Nee, ja, ik was even door de site aan het scrollen, hoe dat die in elkaar steekt. Het is wat dat betreft een erg duidelijke site. Hij is ook redelijk snel.

B: Ja, en de snelheid moet nog verbeterd worden, daar zijn we druk mee bezig op dit moment. Want op dit moment is de site, in vergelijking met een Inter-Sprint, iets trager.

J: Nee, ik denk ook wel, ik ben ook wel benieuwd, wanneer jullie een portaal naar de klanten zelf hebben, hoe dat dan gekoppeld gaat worden naar de garages. Niet dat wij daar als grossier daar nog tussen moeten zitten, dan schiet ik mijzelf wel even in de voet, maar netjes gezegd is het voor een Vredestein een beter winsituatie om een bepaald concept aan te gaan met een direct garage, als die daarop zit te wachten, dat is een tweede.

B: Oke, dat ga ik meenemen. Verder nog?

J: Nee, ik zit nog even door de site te gaan, het is duidelijk, geen knipperende lampjes, of gekke zaken. Het is gewoon duidelijk. Ik zou hem alleen, het grijs mag een tint donkerder, lekker opvallen, tussen de wanden dan.

B: Oke.

J: Is dat ook in te stellen?

B: Moet ik even meekijken, waar het precies over gaat.

J: Ik zie hier levertijd staan, aantallen, is hier ook in te schuiven in deze mogelijkheden?

B: We zijn op de achtergrond ook bezig met de nieuwe, dus ik moet ook even voor mijzelf even schakelen. Als het goed is..

J: Dit is bijvoorbeeld de site van Reedijk Banden, en hier kan ik helemaal zelf samenstellen wat ik wil zien. Je kan hier in schuiven en het zo gek mogelijk maken hoe jij dat wilt. Wil ik de runflats zien, of sorteren op EAN. Wacht eens even, EAN, die staat er bij Vredestein niet in. Dat zou wel een goede zijn, om EAN code erbij in te stellen. Waarom EAN? Als ik mijn banden inkoop, kan ik dan met EAN code, en dat zou het zoeken bij Vredestein net wat sneller maken.

B: Nou weet ik niet of, wanneer je hier op klikt, op een van die icoontjes, of dat het bijvoorbeeld gesorteerd wordt? Maar goed, de EAN code is een goede.

J: En zoals hier, zoals Steve Jobs aangaf, als ik erop moet klikken is het te ver weg. Maar, nee, ik denk dat dat wel een goede toevoeging zal zijn.

B: Oke, top. Dan wil ik u hierbij bedanken voor uw tijd.

J: Geen probleem, leuk dat je langs kwam.

B: Dank je wel.

---

|                |                                 |
|----------------|---------------------------------|
| Interviewer:   | Bas Soetekouw (B)               |
| Geïnterviewde: | Peter de Jong (P)               |
|                | <b>De Jong Bandenservice BV</b> |
|                | Kerkweg 219e                    |
|                | 2985 AS Ridderkerk              |
| Datum en tijd: | Maandag 9 mei 2017, 13.30 uur   |

B: Ik zal mijzelf eerst even voorstellen, mijn naam is Bas Soetekouw en ik kom oorspronkelijk uit Enschede, en vandaar dat ik ook via die kant bij Vredestein naar binnen gerold, mijn stage daar verricht en inmiddels mijn afstudeerscriptie voor mijn HBO studie. En ik ben dus met het team bezig om te kijken wat we kunnen verbeteren aan het platform, en natuurlijk niet alleen voor ons, maar ook voor de klanten, dat het alleen maar makkelijker te gebruiken is, en overzichtelijker, en dat heb ik een aantal vragen over. Als eerst een introducerende vraag, van, hoeveel mensen zijn hier op dit moment werkzaam? Om voor mij even een beeld te krijgen van de omvang van De Jong Bandenservice.

P: Hoeveel mensen, 2 jongens zijn vrij. Met een mannetje of acht zijn we wel.

B: Oke, dan heb ik een beetje een idee van de omvang. Over het bestellen van de Vredestein producten, gebruiken jullie het portaal op dit moment?

P: Ja, het portaal gebruiken wij op dit moment.

B: Dus er worden via jullie banden besteld, gebruiken jullie ook platforms van groothandels en concurrenten?

P: Ja, alleen maar de platformen. En niet meer bellen.

B: Dus jullie bellen niet meer met de bedrijven?

P: Ja, er zijn een hoop speciale zaken die moeten gebeuren, zoals een speciale maat, of dat ik wat nodig heb wat er niet in staat. Of even vragen wanneer er iets komt, maar dat heb je met een portaal heb je dat. Een portaal is er om de binnendienst te ontlasten, zeg ik altijd. Dus dat moet ook wel allemaal via de computer, anders had je 100 man extra nodig daar.

B: Ja, precies, dat klopt. En hoe zouden wij als Vredestein zijnde dat hele proces nog gemakkelijker kunnen maken, want u gaf al aan van, het is om de binnendienst van Vredestein te ontlasten, maar het is natuurlijk ook om de bandendealer of specialist meer vrijheid te geven. Hoe kunnen wij daaraan bijdragen?

P: Ja, ten opzichte van jullie portaal zeg maar?

B: Ja.

P: Bij jullie vind ik, dat portaal wat je nu hebt, heb je nog niet zo lang, een jaar of twee zeg maar, het is alleen, het duurt wat lang, dan zit je naar zo'n rondje te kijken de hele tijd. En als het dan winter is, erg druk, en bij jullie dus ook heel druk dan duurt dat rondje nog wel even wat langer. En dan heb je snel vergelijkingsmateriaal bij de andere platforms. Je hebt ook bedrijven die hebben dat perfect voor elkaar, dat is twee keer klikken en het is klaar. Dat is moeilijk, dat weet ik, maar dan vind ik, als Vredestein zijnde, moet je daarin meegaan. Maar goed, er zijn ook andere merken, die het nog veel slechter hebben en nog veel groter zijn dan jullie, dus je hoeft je niet te schamen, maar hoe sneller dat het is, hoe makkelijker het is. Het moet gewoon in twee keer klikken geregeld zijn, zo.

B: Ja, daar zijn we ook druk mee bezig, binnen een maand of twee zal het platform versneld worden, we zouden het al geregeld hebben, maar er kwamen wat zaken tussen. Dus daar zijn we absoluut mee bezig en ook met de mogelijkheid om niet al die bevestigingen door te gaan.



P: Ja, het moet gewoon sneller. Je moet nu drie keer aan het eind bevestigen, ja dat is eigenlijk twee keer te veel. Je zult vast wel eens mensen hebben die te snel drukken, maar goed. Wanneer er een fout is gemaakt met bestellen kan er altijd contact worden gezocht met de vertegenwoordiger van Vredestein.

B: Zo sprak ik vanochtend ook iemand, en die werkte ook heel veel met Inter-Sprint, en gaf aan dat daar geen bevestigingsmogelijkheid is, en dat je daar alleen wat intikt op het registratieformulier, en dan gelijk besteld.

P: Ja, wat bijvoorbeeld makkelijk is, ook al mag je misschien niet naar anderen kijken, dan is Inter-Sprint, qua computerinrichting, qua inrichting van het portaal het mooiste wat er is. Daar blijven we ons over verbazen, dat er wereldwijd weer merken zijn, dus Goodyear of Bridgestone, dan zit ik nog steeds naar dat rondje te kijken, en dan kom ik bij Inter-Sprint, en dat is perfect, maar dat is altijd al perfect geweest. Maar die doen als bevestiging, dat is al bevestigd, en dan krijg je daarna de vraag hoe je de banden geleverd wil hebben. En dat is ook voor hun een bevestiging. Dan krijg je drie keuzes, of je krijgt ze morgen, wat mensen ook willen, het mooiste is dan, daar zal ik altijd voor gaan, dat je mensen de mogelijkheid biedt van te voren, om ze eerder te leveren, dat vereist ook wat van diegene die de banden leveren natuurlijk, maar goed, al zou iemand voor een hele speciale maat, die daar 20 euro meer voor moet betalen, maar hij moet ze om 8.00 uur 's ochtends hebben, zou ik altijd aanbieden, dan heb je nooit die discussies dat je de binnendienst, moet je maar eens vragen hoeveel er wel niet gebeld wordt, hoe laat komen mijn banden, dat hoor je de hele dag natuurlijk. Soms is het wel eens lastig, want wij willen ook graag horen dat jullie zeggen dat het voor 14.00 uur geleverd is, ja, dan is die auto hier ook wel eens om 16.00 uur, door file of wanneer die vol zit en er is iets niet goed gepland, ja, dat is nou eenmaal niet anders. Maar als je van tevoren die keuze maakt, dan heb je dat probleem niet. En dan is het niet erg als de banden duurdur zijn, want je hebt wel eens gevalletjes waarvan je zou willen dat die om 08.00 uur voor de deur staat.

B: Ontvangen jullie hier ook nachtleveringen bijvoorbeeld?

P: Nee. Dat hebben we niet.

B: Oke, en op moment dat jullie bestellen, of er staat een klant hier, of die belt even, die willen een speciale maat, die bestel je. Bestellen jullie dan precies het aantal banden wat de klant opgeeft, of bestellen jullie dan meer?

P: Meestal bestellen wij extra.

B: Oke, en als bijvoorbeeld een functie in het platform komt, waarbij je direct 4 of 8 banden aan kan klikken, zou dat dan helpen?

P: In jullie geval zou ik altijd voor 4 gaan, want dat stimuleert de mensen om meer te kopen.

B: Oke, u bent dus bekend met de functionaliteiten van ons platform. Zou u een aantal goede en slechte zaken kunnen benoemen?

P: Dat je wat langer moet wachten. Dat drie keer klikken aan het eind, want ook ik heb dan wel eens dat je vergeet te klikken als het heel druk is, en dan worden die banden niet besteld. En ik zou de mogelijk bieden over hoe er geleverd moet worden, qua tijd. Ik weet gewoon dat dat werkt, we zijn allemaal anders, sommigen willen altijd om 8.00 uur die banden hebben, en die vinden het niet erg om daarvoor te betalen, dat is goed, als je die keuze hebt gemaakt, Steenbergen weet dat ook van tevoren, die heeft ook die keuzemogelijkheid, en dan heb je niet later die discussie. Maar je hebt ook bedrijven die het helemaal niet erg vinden om 1 keer in de week geleverd te krijgen. Hier in Zuid Holland is het anders dan het noorden van Groningen, want die hebben misschien wel zoiets van, bestel die banden maar gewoon en ik wil op vrijdag 1 auto met alle banden hebben, ook goed. Dus dat biedt mensen zelf de mogelijkheden om de leveringen te ontvangen. Altijd goed. En ik denk ook dat het, dat je, als je een groter merk wordt, dat vind ik wel belangrijk, en andere merken hebben dat ook, dan zou je echt ook serieus na moeten denken om per dag te kunnen leveren. Dat is al wel meer aan de orde. Jullie worden natuurlijk ook groter, gelukkig voor jullie, het gaat allemaal heel goed, en ze willen ook naar eerste montage, daar zijn ze ook al mee bezig, dan wordt als eerste verwacht, vanuit het merk van de eerste montage, KIA of BMW of wat van, ik ga niet naar de bandendealer, zorg jij dat er per dag geleverd wordt? Dat doen al die andere ook, daar zou je nu ook al in kunnen springen. Dan leg je ook gelijk die link weer naar dat, wanneer wil je ze geleverd hebben. En dat heeft voor- en nadelen, dus als je ziet, wanneer je om 10 uur 's ochtends of de volgende dag, of ze liggen dan in een depot, dat je vier plekken in een land maakt, of een bandenboer die dat wil doen. Dat is wel de toekomst, daar moet je wel naartoe denk ik.

B: Dus dergelijke ontwikkelingen in de markt zijn merkbaar. Zijn er nog andere ontwikkelingen of trends die jullie heel erg zien? Je ziet wel een stijgende tendens van mensen die online bestellen, maar zijn er nog andere zaken?

P: Ik denk dat iedereen online besteld, toch? Ik zou proberen, nog meer via de computer te kunnen doen. Zodat mensen ook via de computer kunnen aanklikken of de rekeningen op een brief, of digitaal. Je kan bij jullie alles er al uithalen, als je in de historie zoekt. In de winter zie je wel dat de backorders altijd heel erg omhoog gaan, maar dat zie je overal, maar dan heb je zoveel te laden, dan ga ik niet 10 minuten wachten om dat te zien. En wat je dan ziet, en dat is zo belangrijk om je platform punten op orde te hebben, de groothandels zoals een Van der Ban en een Inter-Sprint, die hebben dat gewoon beter voor elkaar. Die hebben als die distributie van, als je nu besteld, krijg je het vanmiddag, die zijn daar veel sneller in. Die hebben die banden ook liggen, en die prijs is ook gewoon hardstikke goed. Dus ze zijn jullie al voor. Je moet eigenlijk zorgen dat je hun voorblijft.

B: Die portalen van de andere con-collega's, die worden dus ook gebruikt, kun je globaal aangeven hoeveel je gebruikt maakt van de andere platformen?

P: Wat ik van Vredestein verkoop, komt bij jullie vandaan, dat probeer ik, alleen door de snelheid, laten we het zo zeggen, als ik bij jullie 2000 banden koop, zouden het er 3000 kunnen zijn, omdat ik ook wel eens 's middags banden nodig heb. En ik ook wel eens misgrijp omdat de 205/55 R16, dat zijn dan de hardlopers, en dan weet ik dat er vanmiddag een auto komt, maar ik moet 's ochtends die banden monteren, dan bestel ik bij Van der Ban, en dan komen ze 's middags, voor dezelfde prijs. En daarop zou je je platform op in moeten richten. Daar komt wel wat bij kijken, want dan moet je ook deals gaan maken met vervoerders en dergelijke. Ik heb het wel eens met de vertegenwoordiger over gehad, dat jullie ook van die speciale netwerken hebben, wij hebben dat voor Bridgestone ook gedaan, die had op een gegeven moment dezelfde issue, zeg maar. Toen waren wij ook zo'n service punt, en daardoor hadden wij banden liggen voor Bridgestone, en die brachten wij dan weer naar andere bandenspecialisten, je was dan een speciale dealer. Toen brachten wij ze rond, dat is niet zo moeilijk, wij doen ook grossieren. Het is mogelijk, want de vraag is er gewoon. En je moet natuurlijk, ze zijn heel hard bezig om van Vredestein een vraagmerk te maken, en dat willen ze ook allemaal, maar dan zou je dergelijke zaken gewoon voor elkaar moeten hebben.

B: Ja, want daar verlies je al stappen mee ten opzichte van de concurrent.

P: Dat kost je marge, zeg maar, en je merkt dat Vredestein al beetje een vraagmerk wordt, want niet iedereen die kent het, in Nederland. Je moet het wel voor elkaar hebben, en zeker als je straks naar eerste montage gaat, want dat is het eerste wat ze vragen. Zo gaat het natuurlijk ook in de automaterialenwereld. Dan druk je op een knopje, en die route komt dan om 13.00/14.00/15.00 etc, en het eerste uur heb je ze binnen. Zo werkt dat. Dat wij als bandenboeren nou zo gek zijn om 5000 banden neer te leggen, maar dat is helemaal niet meer van deze tijd.

B: Zijn er naast de voordelen die worden genoemd, zijn er daarnaast nog andere zaken die voordelen opleveren bij groothandelaren of concurrenten? Of de functionaliteit, met 1 druk op de knop mogelijkheden?

P: Nee, ik heb wel een opmerking. Dat vonden wij dit jaar heel erg bij jullie, de backorders. Die datums verschoven steeds. En daar kunnen wij niks mee, want wij hebben dan banden, en het is heel tegenstrijdig, ik weet hoe het werkt bij jullie hoor, maar wij geven dan aan, wij doen zoveel banden bij jullie, op een gegeven moment halen we dat niet, en elke bandenboer die dat niet haalt krijgt hetzelfde, van, ik heb banden nodig, maar ze waren er niet. Dat is dan niet zo erg, dat is het mooiste wat er is, dat je een vraag krijgt, maar dan moet de datum die bij jullie in de site staat, moet dan wel kloppen. En wij zien heel veel die datum veranderen, want komt het de fabriek niet goed uit, en dan willen ze even wat anders maken, maar dat komt, dat heeft met jullie capaciteit te maken, jullie maken meer dan dat je ruimte hebt, zeg ik altijd maar, maar daardoor moet je keuzes maken, dat begrijp ik. Maar wanneer je iets in de computer zet, daar hebben we die computer voor, dan zeg ik ook tegen die meneer van, twee of drie weken of maand staat het erin, dan moet dat ook wel zo zijn. Op deze manier kan het gewoon niet meer. Je kan niet meer zeggen.. en dan belde we, en dan is het antwoord, ja, er verandert wat, omdat er vraag was naar 205/55 R16, want daar zijn er 600.000 van nodig in een half jaar, maar ja 235/45 R17 hadden we er maar een paar honderd van nodig, dus dat hebben we even doorgeschoven. Dat zal die man die die band nodig hebt niet uitmaken, wat voor auto of band dat hij heeft. Dat kan gewoon niet meer. Maar ik had al gezegd, daar moet je gewoon een oplossing voor verzinnen, want dat is niet meer van deze tijd. Dus je moet niet erin zetten dat ze dan komen en dan zelf de datum veranderen. Dat gaat niet. En dan nogmaals, dat is wat je zo goed voor elkaar moet hebben, dan is zo'n klik naar zo'n Inter-Sprint en Van der Ban zo snel, want ik druk gewoon op een knop en 's middags heb ik ze binnen, want die hebben zij wel liggen.

B: Ja, dan is die keuze makkelijk gemaakt. Ja.

P: En daar moeten ze zo voorzichtig mee zijn. En ze willen ook heel graag dat die gasten niet te machtig worden, want dat ga je krijgen, maar dan zou je er toch zelf aan moeten trekken. Maar goed, daar ben jij voor bezig.

B: Ja, precies. Dat is goed om te horen. Want wie is jullie vertegenwoordiger van Vredestein?

P: Ruud de Werk. Hier in de buurt.

B: Oke, ja. Nou, dat was in principe de informatie over het portaal zelf.

P: Ja.

B: Nog een paar afsluitende vragen over de relatie met Vredestein. Hoe is het contact bijvoorbeeld? Gaat dat soepeltjes, of als er wat is?

P: Ja hoor, heel goed. Ja super. Altijd al goed geweest.

B: Oke. Zijn er nog zaken waar Vredestein aan kan werken, niet omtrent het B2B, maar de relatie bijvoorbeeld?

P: Nee. Ik vind dat het heel erg goed gaat, ik vind wel dat het, ja, het gaat wel heel erg goed met jullie, zeg maar, alleen er worden zoveel producten gemaakt en dan is het jammer.., ze moeten wel opletten wat ze doen, zeg maar. Ze roepen bijvoorbeeld al 5 jaar dat Apollo truckbanden komen, en ja, dat heb je natuurlijk al meer gehoord, dan moeten ze dat natuurlijk niet online gaan verkopen, want dan ga je kwaad bloed zetten, dan gaat dat geen.. dan gaat dat gevoel wat iedereen heeft met Vredestein, van het is een Nederlands merk, en het is Hollands, het is allemaal zo gezellig, die loyaliteit wat jullie dan hebben, wat jullie verdienen hebben in 20 jaar, dat ga je dan



weggooien natuurlijk. Want als er dan een ander merk naar je toekomt, weet ik veel, Goodyear of zo, en zegt, ik doe alles bij jou, of weet ik veel wat je doet, maar je hebt altijd iemand nodig om ze te monteren. En of dat dan de facturatie van die band particulier gaat.., maar dat bedrag van factureren, iemand moet dat doen, jullie kunnen dat niet voor iedereen, dat moet iemand doen, dus heb je ons alsnog nodig, ja dan moet je die wisselwerking mee hebben, zeg maar. En daar moeten ze een beetje voorzichtig mee zijn, maar dat zullen ze denk ik nu ook al wel begrijpen. Er waren al wat klachten geweest, zeg maar, ja dat werkt gewoon niet. En dat gaat uberhaupt niet werken hoor, het online verkopen van truckbanden, want dan heb je ook service nodig, en dat gaat niet online. Dus je hebt altijd een bandenboer nodig.

B: Heb je verder nog op- of aanmerkingen?

P: Nee hoor, dit was prima. Hardstikke mooi al die reclame vormen die er echt uitspringen ten opzichte van de andere merken en eigenlijk kan alles wat je wilt, dat kan bij jullie, dus dat is super.

B: Oke, top. Goed om te horen. Nou, dan heb ik hierbij genoeg informatie. Ik zou u graag willen bedanken voor de tijd die u heeft genomen om mij te woord te staan.

P: Geen dank, succes met de opdracht.

B: Dank u wel.

Interviewer: Bas Soetekouw (B)

Geïnterviewde: Erick van de Belt (E)

**G.E.A. Automaterialen**

Phil. Foggstraat 1

7821 AJ Emmen

Datum en tijd: Maandag 15 mei 2017, 9.00 uur

B: Ik zal mij eerst even voorstellen, mijn naam is Bas Soetekouw en ik doe bij Vredestein een afstudeerscriptie voor de opleiding Bedrijfskunde MER. Ik heb hiervoor al stage gelopen bij Vredestein en doe nu dus het afstuderen. En mijn project gaat over het B2B-platform van Apollo Vredestein en daar heb ik een paar vragen over. Allereerst een vraag voor mijn beeldvorming, hoeveel mensen werken hier dagelijks?

E: Hier werken 11 mensen.

B: En jullie verkopen niet alleen autobanden zo te zien, maar de autobanden die jullie verkopen, hoe bestellen jullie die?

E: Online.

B: En heb ik het met name over de Vredestein banden.

E: Eigenlijk kopen we alles online. Alleen het probleem is, het aantal dingen kan ik bij jullie niet online bestellen en dat gaat in principe over de binnenbanden. En die staan er niet in, voor zo ver ik weet.

B: Oke.

E: Dat is toch wel een banco, want dan moet je weer mensen gaan bellen en ik denk dat het de bedoeling is dat het telefoonverkeer minder wordt en dat mensen meer online bestellen. Dan moet je wel zorgen dat het programma ook alles aan kan. En dat missen we gewoon.

B: Ja. Ik geloof dat er wel tubes/binnenbanden op staan.

E: Vrij ingewikkeld volgens mij..

B: Ja, oke.

E: Dus dan pak ik al heel gauw de telefoon.

B: Ja, dat is logisch.

E: Als het te ingewikkeld wordt.. Wat ik ook mis, en dan ga ik direct even door, had ik het ook al een keer met Ruud over gehad, het zou wel heel prettig zijn als ik op een simpele manier een besteloverzicht uit kon draaien, dus de banden die ik bestel, online, dat ik in een oogopslag kan zien van, even een printje, een uitdraai, die heb ik besteld, dat komt morgen binnen, dat komt overmorgen binnen of over twee weken. Dat lukt nu gewoon niet, tenminste ik zou niet weten hoe het werkt.

B: Dus dan ook bijvoorbeeld met de leverdata?

E: Ja, leverdata krijg ik er nu wel uit, maar zo hoort het niet. Het moet gewoon een hele simpele knop zijn van, print bestellingen.

B: Het moet iets makkelijker kunnen, oke. En hoe kunnen wij in die zin, nog verder het online bestellen makkelijker maken voor jullie?

E: Nee, verder heb ik geen problemen. De snelheid is natuurlijk het probleem, het is al wel beter geworden, maar het is nog steeds een drama. Je ziet nog steeds, nou moet ik er even naartoe lopen..

B: Ik kan wel even meelopen..

E: Ja, loop maar mee. Dit (cookie melding) staat nog steeds in beeld. Dan denk ik van, dat heb ik een keer gezien, dan klik ik dat aan, met 'ja' en dat wil ik niet iedere bestelling weer zien. Het opstarten gaat nu redelijk snel, omdat het niet al te druk is. Maar cookies, ja, dat moet er gewoon uit. Dat is gewoon heel storend, en dan denk ik van; dat

gaat toch standaard uit? Dit is verder wel duidelijk, kijk, die tubes staan er wel in, maar dat is niet altijd even makkelijk. En dat ligt misschien wel aan mij, maar nu wil ik gewoon een 400/8 bestellen, wat doe je dan? Dan selecteer je maar op alles, en dan gaat ie zoeken op alles. Dan geeft ie dit aan: geeft ie een error aan. Dus.. tubes.. hier hebben ze dus al iets in gewijzigd, maar hij doet het nu helemaal niet. En dat is dus ook net nieuw, want meestal dan bel ik maar, want dat gaat sneller dan dat ik moet gaan zoeken van, waar vind ik alles. Dus dat is natuurlijk probleem. En als je dan besteld hebt dat draai ik graag een lijstje uit. Kijk, we kennen het allemaal, intersprint..

B: Ja, dat is natuurlijk een goed voorbeeld. Dat hoor ik wel meer natuurlijk, dus.

E: Dat werkt gewoon goed.

B: Ik zie dus ook zaken van Intersprint liggen, bestellen jullie ook bij groothandelaren, dus ook Vredestein banden bij groothandelaren?

E: Dat ligt eraan, in principe ben ik heel loyaal aan mijn leveranciers, alleen als er hele grote prijsverschillen in zitten, of backorder.. ja, dat komt bij de groothandelaar vandaan.

B: Ja.

E: En de klant heeft maar 1 belang, en ook jullie belang, en dat is gewoon dat hij de banden krijgt, en het interesseert hem niet of die de Vredesteins van Vredestein krijgt of van de groothandel. Hij wil gewoon die banden hebben.

B: En natuurlijk voor de best mogelijke prijs.

E: Ja, zo simpel is het. En dan kan ik wel zeggen, Vredestein heeft ze even niet, maar dat interesseert hun helemaal niks. Dan tover ik ze dus ergens anders vandaan. Maar in principe is het gewoon de loyaliteit naar Vredestein, en naar iedere leverancier gewoon hoog, kijk ik zie Inter-Sprint als leverancier van Michelin, Continental en een aantal B-merken of private labels.

B: En de functionaliteit van zo'n platform, dat moet dan de prijzen weergeven, de levertijd, moet u dat ook kunnen sorteren of?

E: Nee, vind ik niet belangrijk. Kijk, moment dat ik zo'n band bestel, en ik zie dat die in backorder staat, en de levertijd ergens over anderhalve maand, ga ik verder kijken, want ik wil die banden gewoon hebben. Dat is wat mij betreft geen probleem.

B: Ja, oke. En de platformen van een Inter-Sprint, of Michelin, of Continental?

E: Michelin doe ik helemaal niets meer mee, Continental is een drama, als ik er al een keer mee werk, en ja, Inter-Sprint, dat heb je natuurlijk ook heel veel mee te maken, ja dat werkt gewoon heel prettig. Die mensen hebben dat echt gewoon goed voor elkaar.

B: Inter-Sprint is natuurlijk een stukje sneller dan Vredestein en kan bijvoorbeeld de levertijden en leverdata zien.

E: In principe zie je alleen wat op voorraad is, en wat binnen 3-4 dagen leverbaar is. Maar zoals jullie dat ingekleed hebben, van; levertijd over 2 maanden, vind ik prima, want dan weet ik waar ik aan toe ben, en dan kan ik beslissen, wil ik ze wel of niet in backorder of niet in backorder zetten. Dus dat vind ik wel prettig.

B: En als wij een mogelijkheid bieden van, deze banden kun je bestellen, en je kan ze vanaf morgen krijgen, vanaf overmorgen, over een week krijgen, over een maand krijgen, zou die mogelijkheid nog toevoeging bieden?

E: Ja, dat je in het voren kan plannen met bestellen, dat is voor ons niet zo interessant. Ik bestel gewoon naar behoefte en we gaan daar nu wel in veranderen, want wij zullen wel iets meer in bulk gaan kopen, maar dat vind ik niet spannend, dat ik er nu een bestelling in kan zetten voor de komende maanden, zou misschien wel voor winterbanden kunnen zijn. Dat doe ik nu veelal via Bernie. En die zet ze er dan in met een leverdatum. Maar dat zou, voor die winterbanden een mogelijkheid zijn, voor zomerbanden vind ik dat niet zo spannend.

B: Oke, dan een stuk over de markt, de omgeving, dus ook over de trends en ontwikkelingen, zeg maar, van het internet en het bestellen. We zien natuurlijk zelf ook wel dat er veel meer mensen online gaan bestellen, maar merken jullie ook dat jullie steeds meer online gaan bestellen...

E: Tuurlijk.

B: En dat, ik neem aan dat jullie met jullie website, waar je op kan bestellen, merken jullie ook dat jullie klanten meer online bestellen?

E: Gedeeltelijk, een aantal klanten besteld online, de nieuwere klanten (jongere generatie), maar zeker bij de oudere is het probleem. Ze kijken best op internet op het artikel en eventueel de beschikbaarheid, maar ze durven het eigenlijk niet te bestellen, waarom niet? Als het mis is, is het hun fout. Ze hebben liever dat wij het verkeerd doen, want dan moeten wij het probleem oplossen. Dat is de angst van het internet bij de, een aantal garagisten. Voor ons is het geen probleem. Wij zijn gewoon gewend om niet meer naar een telefoon te grijpen, kost te veel tijd voor jullie, kost veel te veel tijd voor ons. Want we willen nu bestellen, en niet het moment dat het ons allebei uitkomt. Dus dat.. Telefonisch bestellen of per fax bestellen is zo minimaal wat wij doen, dat zijn inderdaad de mensen die dan nog geen website hebben waar we kunnen bestellen, maar anders gaat het allemaal online.

B: En zijn er verder nog zaken aan ontwikkelingen, van, dat merken we nu heel erg?

E: Ja, maar dat is veel meer op prijs gericht. Kijk, het internet is natuurlijk hardstikke mooi, aan de andere kant, alle prijzen liggen op straat, iedereen kan het zien. Dus dat is het nadeel van internet, maar dat draaien we niet meer terug. En dat moeten we ook niet willen, maar dat is natuurlijk wel het probleem. Maar daar zitten wij, in de automaterialenwereld, niet alleen mee, ook de televisieleveranciers en de wasmachineleveranciers, alles ligt op straat.

B: Ja, dat klopt. Zijn er verder nog opmerkingen over het platform zelf?

E: Nee, kijk, ieder platform heeft zijn voor- en nadelen, en je leert er mee om te gaan. Het is niet het meest gebruiksvriendelijke, maar wat is gebruiksvriendelijk? Ik kan er prima mee werken. Op die paar dingen na waar ik van zeg: snelheid is belangrijk, die (cookie)button mag er wel uit, de dingen die ik net opnoemde zijn voor mij belangrijk, maar de buurman zegt misschien wel van.. ja, ik vind het allemaal wel goed zoals het nu werkt. Zo heeft iedereen zijn eigen ding, en ik denk dat je nooit een website gaat bouwen die voor iedereen goed is, want: wat is klantvriendelijk? Wat voor jou klantvriendelijk is, is voor mij niet, of omgekeerd.

B: Nee, precies. Dat is ook de reden waarom ik bij meerdere mensen even langs ga en kijk van, peilen van, hoe staat het er mee. Wij kunnen ook wel aangeven dat wij op dit moment bezig zijn met, natuurlijk continue verbetering, maar ook met de snelheidsverbetering, die moet binnen nu en ..., die had er eigenlijk al moeten zijn, daar komen steeds weer haken en ogen aan.

E: We zijn, hoe lang bezig nu? Ik denk anderhalf jaar?

B: Ja, anderhalf/twee jaar.

E: Ja, ik denk dat het vorig jaar januari operationeel geworden is. Dat is eigenlijk qua automatiseren, we hebben toevallig vrijdag weer een vergadering gehad over een ander automatiseringsproject.. en het is allemaal niet zo simpel, snap ik wel, maar als je iets hebt wat redelijk werkt, en je doet dan een stap terug in de tijd, dat is voor de klant heel frustrerend, en daar loop ik nu ook tegen aan, met een portaal waar we met een aantal grossiers mee bezig zijn. Snelheid, betrouwbaarheid is gewoon belangrijk, en als je iets goeds hebt, moet je zorgen dat het bij vernieuwing beter is, en niet een stap terug.

B: Nee, precies. Ja, goed. Die snelheidsverbetering zit er dan aan te komen, daarnaast komt er nog een, willen wij wat vernieuwingen in de website brengen, net zoals die cookie button, die zit er ook in, die wordt allemaal meegenomen. Verder, op zich is het wel overzichtelijk en duidelijk.

E: Ja, dat is het probleem niet. Tuurlijk, je moet eraan wennen, maar het werkt prima.

B: Dat waren eigenlijk wel de vragen over het platform zelf. Ik heb nog een korte afsluitende vraag; hoe de relatie met Vredestein zelf zit? Gewoon om voor mij een beeld te krijgen hoe het verloopt.

E: Nou, die relatie, we doen nu denk ik 33 jaar zaken met elkaar, dus die relatie is wel goed. Het probleem is gewoon, en dan kom je weer op internet uit, ook voor jullie, de hele tijd worden jullie prijzen ondermijnd door de groothandelaren, daar is Vredestein mede, of zelf schuldig aan, dat dat gebeurt. En dat heeft te maken met de tegenstrijdige belangen: Verkoop NL – Verkoop Buitenland en alle mensen vliegen door elkaar heen. En wat er in Enschede geproduceerd wordt, wat vervolgens de grens overgaat en dan weer terugkomt, die is dan goedkoper, dan dat ik het rechtstreeks in Enschede koop. En dat is het probleem wat er tegenaan hangt, en ja, daar zou je als bedrijf iets mee moeten doen. En dat gebeurt nu ook wel, maar dat is nog te beperkt. Daar zouden ze veel meer bovenop moeten zitten. Wij zijn heel loyaal, dat durf ik rustig te zeggen, maar ik ben er van overtuigd dat er anderen zijn die voor ieder dubbeltje of iedere cent naar de ander vliegen. Eigenlijk schiet je jezelf in de voet, als Vredestein zijnde. Maar daar vechten we al heel lang tegen, dus dat zou ook niet zo snel veranderen.

B: Zijn er verder nog zaken waar wij verbeterpunten aan kunnen brengen?

E: De samenwerking loopt gewoon goed. Het is gewoon prettig zaken doen. Dat willen we gewoon, en dat vind ik gewoon belangrijk, mensen waar je zaken mee doet, dat dat prettig verloopt. Het is een win-win situatie, je moet samen de boodschap.. en dat verloopt gewoon prettig. Vandaar dat ik, eigenlijk als enige, nog zaken doe met Vredestein en verder met een aantal groothandelaren, maar niet meer met een Michelin, en niet meer met een Continental. Dat heeft puur te maken met het prettig voelen bij een bedrijf.

B: Oke.

E: Alleen maar een pluim naar Vredestein toe in die zin.

B: Ja, nou, top! Dat is heel erg goed om te horen. Dat waren eigenlijk wel de vragen. Verder nog opmerkingen of aanmerkingen?

E: Nee hoor.

B: Oke, dan zou ik je bij deze willen bedanken voor de flexibiliteit en de tijd die u heeft genomen mij te woord te staan.

E: Geen dank, succes met je afstuderen.

B: Dank u wel.

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Ronald Vissering (R)  
**Roskamp Automaterialen**  
 Glasblazer 6  
 9502 KC Stadskanaal  
 Datum en tijd: Maandag 15 mei 2017, 9.50 uur

B: Ik kom dus van Vredestein en doe op dit moment mijn scriptie bij Vredestein voor mijn HBO opleiding en dit doe ik over het B2B-platform van Vredestein, en aan mij de taak om te kijken van, wat kan er beter. Vandaar dat ik bij de dealers/groothandelaren op zoek ga om het een en ander te vragen. De eerste vraag, meer voor mij om een indicatie te krijgen van, hoe groot zijn jullie, met hoeveel mensen werken jullie hier?

R: Wij werken hier in Stadskanaal met 9 personen, in Veendam met 4 personen en er zijn nog wat losse stagiaires en routerijders, we rijden 4 keer per dag met 4 bussen door de hele omgeving om onderdelen te verzorgen. En we hebben een van de mooiste winkels van Noord-Nederland.

B: Oke, en jullie verkopen dus niet alleen banden, maar op het moment dat jullie banden bestellen, en dan van Vredestein, waar kopen jullie die? Kopen jullie die puur online of bij andere groothandelaren?

R: Vredestein kunnen we rechtstreeks bestellen, als ze bepaalde maten niet op voorraad hebben, kijken we bij Inter-Sprint. Dat is een hele grote en die heeft soms nog wel wat meer liggen, en dan, alleen ja, het meest toch bij Vredestein.

B: Dus wel direct bij Vredestein?

R: Ja, omdat we daar goede afspraken mee hebben.

B: Oke, dat is goed om te horen. En op moment dat jullie Vredestein banden bestellen, hoe kunnen wij, in die zin, het allemaal makkelijker maken voor u? Het bestelproces makkelijker maken.

R: De, we krijgen wel eens vragen naar binnenbanden (tubes) en dat soort dingen, en dat kan ik nog niet goed online bestellen.

B: Nee, dat klopt. Dat zit er nog niet goed in.

R: Dan bel ik meestal even met een van de dames.

B: En verder, bestelmogelijkheden waardoor u zegt, dat zou zoveel tijd kosten voor mij?

R: Nee, ik denk dat online bestellen de snelste methode is, en als ik een keer wat bijzonders heb, dan neem ik contact op met Bernie. Als er een prijsje gemaakt moet worden of een aantal, dan neem ik altijd contact op met Bernie, de vertegenwoordiger.

B: Dus op moment dat er iets niet op voorraad is, wordt er altijd even gebeld. En hoe zoekt u naar de banden op het platform? Dus inloggen, en dan zoekt u op maat? Of selecteert u op de winter/zomerbanden?

R: Nee, ik toets gewoon een maat in, en ik heb hier bijvoorbeeld een voorbeeld van een lijstje. Ik begin gewoon bovenaan, dan toets ik de maat in, daar moet ik twee van hebben, en als die er niet is, ga ik verder met de volgende. Dan zet ik hier een kruisje achter, en dan kijken bij een andere leverancier die ze wel heeft.

B: En jullie bestellen puur de banden die jullie nodig hebben?

R: Voorraad, ja. En als er een keer een speciale bestelling is, dan bestel ik hem apart. Ook wel online, maar dan gewoon vier bandjes. Ik probeer altijd iets meer te bestellen, in verband met levering, vind ik makkelijker.

B: Voor de voorraad, ja.

R: Ja.

B: Oke. Bent u tevreden op de manier waarop u kunt bestellen bij Vredestein?

R: Ja, ik ben erg tevreden op de manier hoe ik bij Vredestein kan bestellen.

B: Ja? Zouden daar nog.. Ik zoek natuurlijk naar verbeterpunten voor Vredestein. Zou u bijvoorbeeld een paar goede en een paar verbeterpunten kunnen noemen?

R: Ik weet niet of het te maken heeft met het systeem of met de internetverbinding hier, maar het is traag. Daar hebben we meer last van, maar daar heb ik ook last van met andere programma's, dus dat kan ook aan ons systeem liggen.

B: Oke, nou hij is inderdaad overal aan de trage kant.

R: Ik denk dat mensen die de webwinkels ontwikkelen, weinig tot geen rekening houden met bedrijven die een server hebben met wat werkstations eraan, dat die programma's te zwaar/te groot worden. Want wij hebben een heel simpel kastje hier staan, met wel een groot scherm inmiddels, maar je kan hier niet alles op doen, als je bijvoorbeeld YouTube aanzet, dan gaat het al te snel. Dus de zwaarte van het programma, daar zitten we wel mee. Ook met andere merken en andere dingen. En je wilt natuurlijk zo'n mooi mogelijke graphics en zo erin hebben, maar in zo'n bedrijf als dit werkt dat niet echt zo. Het moet gewoon simpel en doeltreffend zijn.

B: Ja, klopt. En wat zijn precies de functionele aspecten als u zegt van, ik zoek een band, wat voor informatie zou u dan getoond willen hebben?

R: De nettoprijs en de voorraad, dat is het belangrijkste. Hoe zo'n band eruit ziet weten we wel.

B: En de nettoprijs voor de consument?

R: Nee, wij zijn groothandel in banden, wij verkopen niet aan de balie, banden in ieder geval niet, die gaan puur naar de garages toe. En de garage wil altijd de nettoprijs weten. Met banden wordt niet meer met brutoprijzen gewerkt.

B: Oke. Op moment dat er besteld gaat worden, eerder ging dat natuurlijk via de telefoon of fax, nu inmiddels meer online, zijn er nog andere zaken waarvan u zegt van, 20 jaar/10jaar/5jaar geleden zagen we dit? En dat is veranderd en dat is nu zo.

R: Hoe bedoel je andere zaken?

B: Ontwikkelingen in het bestelproces, of..

R: Ja, facturering en zo gaat ook allemaal online nu. Allemaal via.. wij hebben zelf ook naar de klant toe ook mogelijkheid tot automatisch incasso, en bijna elke klant krijgt nu de factuur per mail. De papierenwinkel wordt minder.

B: En zijn er nog andere ontwikkelingen, waarvan u zegt, in de toekomst zien wij dit. Stukje wat de afgelopen tijd dan is veranderd, maar zijn er nog zaken die u in de toekomst nog wel ziet veranderen?

R: Ja, ik weet niet of het gaat veranderen, maar ik ben benieuwd hoe het gaat met die webwinkels. Het zijn eigenlijk de grootste concurrenten, grote webwinkels uit Duitsland die banden aanbieden, en die dan voor prijzen, belachelijk lage prijzen. En daar worden wij altijd mee geconfronteerd, en dan baal je natuurlijk. Dan komt de klant met: ja, maar daar kan ik ze voor zoveel euro kopen. En ik hoop dat dat nog een keer aan banden wordt gelegd, want dat is wel heel vervelend, maar dat heb je met meer producten, dat heb je ook met remmen en ook met radio's. Dat zijn allemaal dingen die.. alles is altijd op internet goedkoper, volgens de klant dan.

B: Ja, en als het bijvoorbeeld van Vredestein eerst naar Duitsland gaat, en dan weer naar Nederland, dan is het goedkoper dan direct van de fabriek.

R: Ja, bij wijze van, ja. En kijk, dat is een proces natuurlijk, ik weet ook wel dat je.. op een gegeven moment het je zoveel banden in stock liggen, bijvoorbeeld in Enschede, en dan wordt er een keer een hele pluk verkocht aan Inter-Sprint en die gaan er mooi mee stunts, of naar Duitsland of.. Dat snap ik ook wel, alleen, wij moeten het altijd maar weer verkopen.

B: En zoals die, via Inter-Sprint, omdat er iets niet beschikbaar is, of via andere merken, wat is dan zo handig aan de webwinkel van Inter-Sprint? Zijn daar.. Inter-Sprint is natuurlijk een stukje sneller, ik weet niet of dat hier ook speelt?

R: Ja, hij is sneller. En zij hebben natuurlijk alle merken. Ik kan ook gauw zien, als hij ook niet op voorraad is bij Inter-Sprint, heb je altijd een lijst met alternatieven.

B: En kopen jullie ook bijvoorbeeld bij webwinkel van Continental of Michelin?

R: Continental af en toe, Michelin zijn wij te klein voor. Michelin is een beetje een.. alles wordt opgenomen he?... arrogante firma wat dat betreft. Toen was de oude baas er nog bij, die is 68 jaar, die zat erbij, en twee jonge jongens. Die beginnen bij 10.000 banden per jaar, daar zijn wij te klein voor. Dus wat mijn baas heeft gezegd van: prettige dag verder, en hij liep weg, daar doen wij niet aan mee, dat is onzin. Dat vind ik ook onzin. Dan heb je zulke bedrijven als Vredestein die komen binnen en alles wat je verkoopt is leuk, weet je wel? Je moet wel met de beide benen op de grond blijven staan, en gewoon blijven. Iedereen dezelfde kans bieden. Michelin kopen wij bij Inter-Sprint, maar ik merk nu al dat het terugloopt, bij ons wel tenminste.

B: Oke, je gaf al aan, van, op moment dat je bij Inter-Sprint bestelt kun je alles zien, ook andere merken, prijzen, levertijden..

R: Als alternatief dan he..

B: Zijn er nog andere functionaliteiten, inhoudelijk, van bijvoorbeeld Inter-Sprint of andere groothandelaren, met functionaliteiten als een mailtje die je achteraf krijgt, met dit krijgen jullie vandaag geleverd of dat soort zaken?

R: In principe kan je op alle sites waar je besteld hebt, in de historie zien wat je besteld hebt. En je kan ook zien wat er wel of niet op voorraad ligt. Bij Inter-Sprint is het heel makkelijk, als het er niet in staat, is ie er niet, en bij Vredestein geven ze een blokje rood of oranje aan, of er nog 2 liggen, of met een datum erbij. En dat is bij alle sites wel zo, bij Hankook bijvoorbeeld, is dat ook zo. Dat is overal gelijk, alleen de manier waarop verschilt nog wel.

B: Oke. Dat waren eigenlijk wel de vragen omtrent het platform zelf, dan heb ik nog een aantal vragen over de relatie, u geeft aan toch wel.. Bernie communiceert goed, maar zijn er verder nog zaken waarvan u zegt, dit gaat goed, of dit gaat minder goed, of daar kan Vredestein aan bijspijkeren?

R: Nee, eigenlijk niet. Als ik bel, wordt ik altijd vriendelijk te woord gestaan. Nee, eigenlijk niet nee. Wij zijn wel tevreden over Vredestein.

B: Oke. Heeft u verder nog opmerkingen, aanmerkingen, toevoegingen?

R: Nee.

B: Nee? Oke. Dan waren dat de vragen. Hierbij zou ik u willen bedanken voor de flexibiliteit en de tijd die u genomen heeft om mij met mijn scriptie te helpen. Dank hiervoor.

R: Geen probleem, fijne dag verder.

B: Fijne dag!

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
Geïnterviewde: Erik Kalk (E) en Peter (P)  
**Kalk Bandenservice bv**  
Provincialeweg 101-D  
9677 PC Heiligerlee

Datum en tijd: Maandag 15 mei 2017, 11.30 uur

E: Dit kan ook aan onze computer liggen hoor, dat het even wat langzamer is.. Zo, en nu krijg ik alles te zien, in beeld. Hier zien we wat groen is, maar dat weet jij wellicht, direct beschikbaar, oranje is pas vanaf 4 juli, en dan zetten we ze in de winkelwagen.

B: En op het moment dat jullie bij Vredestein bestellen, doen jullie dat dan via de website, of via groothandelaren?

E: Via de website.

B: En als er dan wat mis is, of iets niet goed gaat, wordt er dan contact opgenomen?

E: Ja, dan wordt er meestal gebeld met Vredestein, als er iets gek is, ja.

B: En.., ja, ik ben bezig om, voor mijn afstudeerscriptie dit platform te verbeteren...

E: Ik zal me trouwens even voorstellen..

B: Bas Soetekouw..

E: Erik Kalk, sorry, het is zo druk.

B: Nee, geen probleem! Absoluut. En ik doe mijn afstudeerscriptie bij Vredestein en dat gaan over het B2B-platform, en dat is voor mijn HBO-opleiding, en aan mij de taak om te gaan kijken hoe het beter kan werken, voor zowel Vredestein als de dealers en groothandelaren. Dus ik ben ook, bijvoorbeeld bij Roskamp geweest, bij Ronald.

E: Enrico, Enrico Schuur?

B: Dus daar moet u nog de groeten van hebben.

E: Oke!

B: Dus aan mij te taak om te gaan kijken wat er beter kan en daar hoort dan ook de vraag bij, van, hoe kunnen wij het makkelijker voor u maken om banden te bestellen?

E: Nou, kijk, als ik vier banden bestel, bijvoorbeeld 4 van deze.. vier.. en dan doe ik ze in de winkelwagen, dan zitten ze in de winkelwagen, dan ga ik naar bestellen, dan kan ik het orderregelcommentaar invullen, dan zeg ik verder, en dan afrekenen, dan controleer uw bestelling, en dan moet ik bevestigen. Dat zijn wel een aantal stappen die ik moet doen.

B: Ja, en vindt u dit teveel stappen?

E: Ik vind het teveel stappen, ja.

B: Ik kan wel even laten zien hoe wij..

E: Ik zal je even wat anders laten zien.. (Inter-Sprint) als ik nu die banden moet hebben.. zoek.. dan heb ik ze hier ook in beeld, als ik nou 4 aanklik, en ik zeg bestellen, dan ben ik al klaar. Eigenlijk gaat het drie keer zo snel. En als ik wel orderregelcommentaar bij wil zetten, dan kan ik dat bij openstaande orders nog altijd even doen.

B: En kan je ze nog annuleren voordat ze besteld zijn?

E: Als ik nu zeg, bestellen, en ik ga naar openstaande orders, en ik zeg dat ik die er weer uit wil hebben, dan kan ik ze gelijk weer op 0 zetten, en dan zijn ze er weer uit.

B: Kijk, en Inter-Sprint is daar een voorloper in natuurlijk, ook qua snelheid en functionaliteit.

E: Ja, dit gaat veel sneller.

B: En zo.. kijk, hier, wij zijn natuurlijk ook bezig met het vernieuwen van onze eigen website, en hier.. dit is bijvoorbeeld de lijstweergave, dus er zijn dan wat zaken aangepast, zoals je ziet, de beschikbaarheid blijft hetzelfde, alsmede het eerste deel, maar op moment dat er met de muis over de Sporttrac 5 wordt gegaan, dan zie je dat dit omhoog komt (mouse-over), zou dat toevoeging bieden voor jullie, of hebben jullie zoiets van, we weten wel wat de Sporttrac en de maat is?

E: Ja, ja, maar dit is wel handig.

B: En op moment dat er besteld gaat worden, dan heb je het winkelwagentje, of bijvoorbeeld een quick order, waardoor je sneller kan bestellen.

E: Direct bestellen?

B: Dan komt er een pop-up, en dan bestellen, zou dat toevoeging bieden?

E: Ja, dat is makkelijk ja. Daar moet je weer mee leren werken, maar tuurlijk is dat makkelijker. Ja!

B: En dit is de productpagina zelf, waar ook besteld kan worden.

--- onderbreking door klant van Kalk Bandenservice ---

B: Maar goed, hier heeft u dus ook de mogelijkheid om te bestellen, en dan ook met de gewone winkelwagen, om al die stappen te doorlopen, want sommigen vinden dat nog wel fijn, maar ook dus die quick order, die direct bestelmogelijkheid. Dat is dat onderste icoontje, een iets sneller winkelwagentje.



E: Ja, dit is iets wat nu in de maak is, wat ik nog niet kan zien?

B: Ja, precies, dit zijn ook slechts screenshots, maar goed, dit zou wel toevoeging bieden op het bestellen door middel van die direct bestelmogelijkheid? Dus dan hoeft u niet meer al die stappen te doorlopen, maar sneller bestellen..

E: Ja, want dat is dus vaker gezegd, die stappen, dat het lastig is?

B: Ja, vandaar dat wij dergelijke zaken aan het veranderen zijn.

E: Ja, jullie zouden eigenlijk een beetje moeten kijken naar Inter-Sprint dan, want dat werkt echt super snel, en dat is ook heel makkelijk als je het heel druk hebt. Even heel snel versturen, hup, hup, klik, klik, klaar. En bij Vredestein is het echt, weer volgende scherm, volgende scherm, volgende scherm, ja..

B: Ja, dat klopt, vandaar dat wij daar veranderingen willen aanbrengen, om het voor u als bandendealer makkelijker te maken. En gebruikt u daarnaast ook nog andere portalen, als Michelin, Continental?

E: Ja, die hebben we allemaal wel in zitten.

B: Zijn in die platformen nog functionaliteiten waarvan u zegt van, dat vind ik wel prettig?

E: Nee, ik vind dat van Inter-Sprint het allermakkelijkste werken. En als ik bijvoorbeeld Reedijk pak, die is ook al weer iets omslachtiger, kijk, daar zie je dan ook alle.. ik heb nou truckbanden gedaan, en dan moet je ook gewoon 4 doen, en dan bestellen, maar dat doe ik nou niet, want dan heb ik het al besteld, maar dat gaat ook redelijk snel. Maar dat van Inter-Sprint gaat het allermakkelijkste.

B: Ja, precies.

E: Ja.

B: En heeft u over het Vredestein-platform nog andere opmerkingen of toevoegingen?

E: Ik denk, als ik Peter bijvoorbeeld vraag.. dit is Peter... Die zal waarschijnlijk hetzelfde zeggen als ik. Peter, wat vind jij van de Vredestein-website?

P: Het zijn gewoon iets te veel handelingen die je moet verrichten.

E: Ja, dat is voor ons eigenlijk het enigste.

P: Het zijn gewoon veel handelingen, ook wanneer je het vergelijkt met Inter-Sprint. En het duurt ook heel lang voordat die verder gaat, dus de snelheid is ook niet de beste.

E: Ja, hij moet zoeken naar al die banden, dat zag je net wel. Dat is ook iets wat bij Inter-Sprint beslist niet gebeurt.

P: Bij Inter-Sprint, je zoekt banden en hij sprint ervoor, en bij Reedijk net zo.

E: Ja.

B: Kijk, wij zijn wel bezig met het ontwikkelen van een direct bestelmogelijkheid, maar ook de versnelling van het platform zelf, dus dat het gewoon..

E: Oh, ik krijg hier nu ook een pop-up scherm (Intercom) die ik nooit eerder krijg.

P: Jawel.. die hebben we wel eens gehad, dat is Sporttrac 5 V voor de H prijs.

E: Die computer gaf een bliepje die ik nog nooit gehad heb.. Kijk, dit is wat Peter bedoeld, dit is ook..

P: Ja, maar ook als je wat besteld, je kan wel 225/45 R17, daar kan je wel 4 van bestellen, de Ultrac Satins.

E: 225/45 R17?

P: 225/45 R17, Ultrac Satins.

E: Ultrac Satin, 91Y?

P: 91 Y, ja. Als je daar 4 van besteld, en die zet je dan in de winkelwagen, dan ga je naar de bestellingen toe..

E: Oh nou staan er 8 banden..

P: Even kijken wat er nog meer in staat..

E: Die heb ik er net ingezet, voor test.

P: Dan moet je even op de prullenbakje klikken.. Kijk, en als je nou gaat bestellen, als je nou zegt van verder, dan gaat het heel lang duren, nog een keer naar beneden.

B: Nog een keer klikken.

P: Dan helemaal naar beneden, dan weer bevestigen. En normaal gesproken duurt die altijd heel lang. Voordat je hem definitief doorzet, weet je wel?

B: Ja, ik kan wel even.. wij zijn ook hier bezig met..

E: Kijk, dit duurt veel te lang.

P: Ja, veel te lang. Dat moet gewoon 1 druk op de knop zijn, en dan weg.

E: Bestelling is in bestelling.

P: Ja, en als je dat bij Inter-Sprint en bij Reedijk doet, en je zegt, <ENTER> - bestellen, en het is klaar, gelijk weg.

B: Ik kan wel even laten zien waar we op dit moment mee bezig zijn. We hebben hier, we zijn bezig met een vernieuwing, nou, dit ziet er heel iets anders uit (lijstweergave), met de mogelijkheid om in een keer 4 banden te bestellen. Met een normale winkelwagen, dus dat je al die stappen kan doorlopen, maar ook met een snelle bestelmogelijkheid, op moment dat je met de muis over zo'n regel gaat, komt de band met korte toelichting naar voren, en op moment dat je dan direct besteld, dan heb je op 'bestellen', dan heb je ze ook direct besteld.

P: Ja.



B: Dus, ja.. het is nog geen Inter-Sprint, maar het is al wel een..

P: Ja, precies, maar het is al wel een stuk sneller, en als jij op de snelle manier.. je weet, als wij Vredestein bestellen, dan gaat 99 van de 100 keer bij jullie, en dan moet het gewoon snel zijn, dan moet het goed doorlopen, en helemaal als het druk is, dan heb je niet altijd tijd om er altijd bij te blijven staan, en dat is zonde en heel irritant. En daarom doen sommige collega's toch vaak, ja, dan gaan ze gewoon over naar Inter-Sprint, want dat is natuurlijk.. direct.. en dan komen ze morgen binnen. Snelheid is dan belangrijk. En vooral, in de winterperiode, dan heb je gewoon echt veel druk, en dan moet dat gewoon snel te doen zijn.

B: En dan heb je geen zin om al die stappen te doorlopen.

P: Nee, daar heb je geen tijd voor.

E: Ik moet even iemand bellen, even een paar banden regelen.

P: En die lease-maatschappij, bel jij die ook even op, daar kan ik weer niet in komen.

E: Ja.

B: En, nou dan nog een laatste, korte, vraag, welke voordelen heeft het om bij Vredestein te bestellen, voor jullie, dan bij een Inter-Sprint?

E: Dat is gewoon een kwestie van, dat je bij dat merk rechtstreeks besteld.

--- onderbroken door telefoongesprek Erik ---

P: Ik vind de aftersales erg goed van Vredestein zelf. Als er iets is, bellen we de vertegenwoordiger even op, en dan lossen we het samen altijd op. En dat is gewoon heel fijn, en heel belangrijk.

B: Ja, dan is de relatie erg goed.

P: En daardoor doe ik alleen de banden van Vredestein via Vredestein. Kijk, en sommige collega's weten niet dat wij nog een korting krijgen bovenop de prijs wat op de website weergegeven wordt, en dan kiezen sommige collega's voor de goedkopere banden bij Inter-Sprint of Reedijk. En ik weet dan de kortingen, maar mijn collega weet dat dus niet, en dan gaat hij sneller naar Inter-Sprint, omdat die zogenaamd goedkoper is, alleen de korting die Vredestein er vanaf haalt, weet hij dan niet.

B: Oke, nou heren, voor nu weet ik voldoende. Ik zou jullie graag willen bedanken voor de tijd om mij te woord te staan, alsmede voor de flexibiliteit, aangezien ik iets te vroeg was.

E: Absoluut geen probleem, leuk dat je langskwam.

P: Geen probleem, succes met de opdracht.

B: Bedankt, gaat goed komen.

---

Interviewer: Bas Soetekouw (B)  
 Geïnterviewde: Bate Wijnja (W) en Oene Lageveen (O)  
**B&O Bandenservice**  
 De Marne 202  
 8701 MH Bolsward  
 Datum en tijd: Maandag 15 mei 2017, 13.00 uur

W: Dus jij bent voor Vredestein op pad?

B: Ja! Ik zal mij eerst even voorstellen, mijn naam is Bas Soetekouw en doe op dit moment een afstudeerscriptie bij Vredestein en ik heb hiervoor ook stage gelopen bij Vredestein, dat was toen met Michiel Kramer en Remko van Dijk.

W: Ja, helaas he.

B: Ja, die zijn er niet meer. Maar goed, onder leiding van een vrij nieuw team in Amsterdam doe ik mijn afstudeerscriptie over het B2B-platform.

W: Heb je nu een Indiër als jouw leidinggevende?

B: Nee, dat niet. Wel iemand uit Nederland, maar goed dat loopt helemaal goed, en aan mij dus de taak om het B2B-platform zo goed mogelijk te krijgen, natuurlijk.

W: Dan heb je wel een opdracht.

B: Ja, klopt, maar als je het bijvoorbeeld vergelijkt met Inter-Sprint, dan zijn er wel veel stappen mogelijk te maken, vind ik. Als je kijkt bijvoorbeeld naar de snelheid, of dat soort zaken.

W: De manier van, er zijn een aantal.. het is wel zo, ik.. wij vinden.. vroeger werkten wij helemaal niet met bestellen online, alles ging via de telefoon, bestellen, klaar. Toen dachten wij dat dat de beste manier was, en nu is het zo, als iemand z'n webshop niet op orde heeft, zijn ze niet meer interessant voor ons. En nou klagen wij al langer, nou zijn wij redelijk loyaal en tolerant, maar ik kan mij een heel veel collega's van mij voorstellen, die zeggen, jongens, bekijk het maar. Dus ik heb gelukkig twee schermen, en het staat open van Vredestein, want ik kan ander werk tegelijk doen. Als ik tijdens het bestellen, ja, dan zit ik gewoon te wachten, daar wordt ik helemaal gestoord van. Dus ik kan tegelijk mijn andere werk doen, want anders dan ga ik niet eens bestellen bij Vredestein, want het is traag, het is een beetje omslachtig, niet een mooi platform.

B: Ja, goed, dat is dus ook de reden waarom ik langs ga..

W: Dit is de tweede keer, hier is al eens eerder iemand geweest. Dat moet je ook noteren, want dat vind ik een zwak punt.

B: Ja, ik ga het allemaal doorspelen binnen de organisatie.

W: Ja, en dat vind ik een zwak punt, omdat.. we hebben daar natuurlijk een discussie over, tijdens het Inncer Circle programma wat we hier in de shop hebben, hebben we daarna ook serieus daarover gediscussieerd, is hier een computerjongen geweest die heel hard... die werkt er nog volgens mij, kan even niet op zijn naam komen, ik ben slecht in namen, heel aardig zitten debatteren, hebben we ook anderhalf uur gezeten over wat beter kan, wat niet, maar daar is tot op de dag van vandaag nog niks veranderd. Dat is jammer.

B: Ja, snap ik. Ik weet natuurlijk dat er achter de schermen wel heel veel veranderingen plaats gaan vinden..

W: Koppel dat dan terug. Dus dat is ook gewoon van, ik investeer daar tijd in, je debatteerd daar met elkaar over, en dan wordt er beloofd dat er heel veel mogelijkheden zijn... doodse stilte, radiostilte.. Je hoort nooit meer wat.. Dat is niet correct.

B: Nee, zeker niet. Daar ben ik het met u eens, absoluut. Dit wordt wel serieus aangepakt binnen de organisatie.

W: Toevallig, hebben we vorige week, in het weekend, ook met Vredestein gesproken en die waren blij dat jij hier naartoe onderweg was, want dan wordt er in ieder geval toch weer actie ondernomen. Want dat is gewoon zonde, want dat kost gewoon omzet.

B: Ja, absoluut, dat is ook zo.

W: Zo zie ik het.

B: Nee, maar daar ben ik het helemaal mee eens.

W: Nou, brand los zou ik zeggen.

B: Nou, misschien een makkelijke vraag, maar op het moment dat jullie banden bestellen, hoe kunnen wij het makkelijker maken?

W: Het moet veel sneller, er moeten een boel stappen tussenuit.

B: Dus de snelheid van het platform zelf, maar ook de bestelmogelijkheden. Ik kan wel even wat laten zien..

W: Ja, kijk, hier heb ik de site open, en ten eerste, hij sprint altijd op een basis maat, ik moet eigenlijk terug.. ik pak gewoon even dezelfde maat. Stel die.. kijk, dat is al waardeloos, dan zit ie maar te denken en te denken.

B: Ja, klopt. Hoe groter de lijst is, hoe langer het duurt.

W: Dat maakt niet uit, er zijn andere leveranciers die hebben 10 maal meer, en het is geladen. En die hebben er veel meer achter hangen. Dus dat is niet.. dat vind ik gewoon zwak. Dan moet de.. ik tik gewoon 2 banden in, en dan moet ik volgende, gaat ie erachter staan (bij productpagina, zoekbalk), dat is onzin, wat moet ik nou doen. Ik moet een handeling doen om opnieuw een maat in te tikken. Dat zijn allemaal kleine stapjes, heeft helemaal geen zin. Ik moet daar een blanco veld hebben.

B: Ja, dan kan je gelijk..

W: Want nu moet ik.. of ik moet terug, of ik moet.. maar ik moet iets doen. Onzin.

B: Dat is een hele goede.

W: Want als ik hier, iets invul, en dan opnieuw wil zoeken, springt hij automatisch op blanco (Inter-Sprint). En zo kunnen we nog wel een hele boel zaken behandelen.

B: Ja, nee, want dit is natuurlijk goede feedback.

W: Moeilijk is het niet, maar het is onzin, dat moet direct een blanco scherm zijn, dat scheelt een handeling, en elke handeling kost tijd.

B: Ja, daar ben ik het mee eens. Nou, wat wij.. of dit is een.. we zijn nu bezig met het..

W: Een iets andere opzet..

B: Ja, van, hoe kan het. Dus in eerste instantie is dit nog allemaal hetzelfde, worden er mogelijkheden weergegeven om..

W: Plusjes (+) en minnetjes (-) vind ik niks. Je moet er in een keer, hij moet automatisch daar verspringen, je kunt er zelf wel een aantal invullen. Dat gaat veel sneller dan plus en min. Het is onoverzichtelijk, het is druk.. Niet handig.

B: Nee, oke. En het moment dat je over de band gaat met de muis (mouse-over), dan zie je direct de band met korte introductie.

W: Dat is wel erg mooi, ja. Dat is wel mooi. Als ik daar verder op klik, kan ik dan nog meer informatie krijgen?

B: Ja, dan kom je op deze (productpagina), maar dat is natuurlijk wat er nu ook al is, en dan heb je ook de verschillende bestelmogelijkheden. En hier heb je zeg maar de gewone kassa, dan komt ie in het gewone winkelwagentje, dus weer bestellen met al die tussenstappen. Of we hebben hier nou een nieuwe, dat wordt nog iets beter vormgegeven, neem ik aan, dat is een snel/direct bestellen knop, en dan kom je uit op deze (direct bestellen). Dan komt die als een pop-up naar voren, met deze banden wil ik bestellen, dit afleveradres en bestellen, klaar.

W: Ja, ja, ja.

B: Gewoon puur om, want ja, nu als je bestellen klikt, moet je controleren, nog een keer bevestigen, en nog een keer controleren en nog een keer bevestigen.. Dus puur om het allemaal wat makkelijker en eenvoudiger te maken.

W: Dit mag van mij.. absoluut zou dit er van mij gewoon uit moeten. Dus 1 klik en in een keer bestellen. Dat wil ook eigenlijk iedereen. We hoeven niet een extra stap. Dat zou alleen kunnen wanneer je onderscheid gaat maken tussen een klant die 10 banden per jaar koopt, en iemand die 1000 banden per jaar koopt, of een paar 1000. Op moment dat je hier...

B: Dus net zoals bij Inter-Sprint, dat je het intikt en door gaat, ja.

W: Precies. Want dat zijn allemaal extra handelingen, dat hoeven wij helemaal niet. Want ik heb hier een klant aan de balie, dan wil ik.. klik, klik, en weg. Want hoe vaak het wel niet gebeurt, dan ben je vergeten, om deze door te klikken. En de volgende dag heb je geen banden. En nu, je maakt een verzamelorder (bij Inter-Sprint), dus je doet dat ook niet elke keer, dat is voor hun ook niet handig. Het moet gewoon in 1 keer, per direct. Dat lijkt mij gewoon de.. een mogelijkheid die moet lukken, die zou moeten kunnen bestaan. Maar het komt gewoon voor dat je gewoonweg vergeten bent om een bestelling te plaatsen, omdat je die laatste klik niet hebt gedaan. Nou kun je bij deze, zoals je laat zien, per direct bestellen, maar hoe krijgen zij dat dat binnen, allemaal verschillende orders dan? Of wordt het dan een verzamelorder?

B: Nee, dat worden waarschijnlijk allemaal verschillende orders.

W: Dat is dus administratief, hoe wij een factuur binnen krijgen, ook niet handig.

B: Dan krijg je natuurlijk alles apart, inderdaad.

W: Ja, dan krijg je alles apart. Dat is ook waardeloos. Kijk, en als je dus bij Inter-Sprint of die andere kijkt, die klik je in, en meteen knalt ie een bestelling in, maar die telt ie bij elkaar op, je krijgt die wel in een factuur gewoon. Dus van die dag wordt dat een dagfactuur. Dus er komen niet allerlei verschillende facturen, maar die verzamelt het op 1 factuur, maar op het moment dat ik op '4' druk en klik (op bestellen) zit hij er direct in, en kan ik hem ook terug zien bij orders. Dus ik zal niet zeggen dat dit allemaal waardeloos is, maar het gaat om snelheid, snelheid, snelheid. Hoe minder handelingen, hoe beter. Gewoon met 2 klikken moet het klaar zijn.

B: Dus als wij de functionaliteiten van Inter-Sprint aanhouden, dan komen wij in de buurt?

W: Nou, Inter-Sprint niet alleen, maar het gaat gewoon om de snelheid van bestellen.

B: Ja, oke. Wij zijn dus op dit moment wel bezig met...

W: Ik heb nog een goed voorbeeld.. Hoe heet die site..

B: MyWay heet dit?

W: Maar hier kan ik dus, moet ik wel een keer een extra handeling doen, dan ga ik hier naartoe, dan pakt hij hem direct op, en kan ik ook direct een order plaatsen. Dus hier moet ik ook een extra handeling doen. Maar je kan het ook in de winkelwagen zetten, en dan kun je een totaalorder maken. En die kant willen zij dus ook een beetje op, maar wij willen eigenlijk nog liever naar een hele snelle bestelling. Hoe sneller, hoe beter. Ik bedoel dit zo te zeggen, voor ons is dit een leverancier waar we gewoon elke dag bestellen. Iemand die hier 1 keer in de week of 1 keer in de maand een bestelling plaatst, die kijkt er heel anders naar, maar iemand die er elke dag bestelt, wilt gewoon snelheid. Het moet gewoon snel zijn. En dat is ook denk ik een beetje de clue die speelt bij mijn collega's en in dit wereldje, en als je gewoon trouw bent en een goede klant van Vredestein bent, wil je gewoon een knetter snel systeem. Dan regent het banden bij hun. En dat willen ze graag. Hoe sneller het is, hoe mooier.

B: En als je dus kijkt naar de andere webwinkels, van groothandelaren als Inter-Sprint, zijn er nog andere zaken waarvan je zegt van, dat is gaaf, of makkelijk?

W: Even kijken, dit is een andere site, dat is dus deze.. en die heeft gewoon een verschrikkelijk mooie shop, heel informatief gewoon, deze gaat ook.. dit zijn landbouwbanden zeg maar, en daarbij zie je ook direct alle technische informatie, met daarbij alle gegevens van die band. Dat vind ik gewoon zo'n verschrikkelijk mooie site (Bohnenkamp-benelux.com). Bohnenkamp is dat. En kijk, alle producenten hebben de zoekopdrachten van banden zonder spaties, zonder tekens, zonder slash, Vredestein ook, maar bij landbouw weer niet, want dat doet ie niet. Dus bij landbouw moet ik dus wel de gegevens intoetsen, 20/70 R28, en nou pakt hij hem. Kijk, eigenlijk begrijp ik dat niet.

B: Maar je moet, net zoals bij de autobanden, moet je gewoon zonder leestekens de zoekopdracht in kunnen voeren.

W: Ja, en bij autobanden is het dus wel zo, maar hier kom je dus, dan komt hij er gewoon niet, en dan ben je echt aan het zoeken, hoe zouden ze dat gedacht hebben, zeker met de industrie of wat dan ook maar, maar dat is niet logisch, gewoon niet logisch.

B: En dan ben je natuurlijk nog sneller geneigd naar een ander platform te gaan.

W: Kijk, als je dus hier... de informatie is goed, je kunt erop gaan staan, hier heb ik dan best wel een stukje informatie, kenmerken, hier heb je dat dus ook hoor, hier staat best al wel veel informatie (op B2B van Vredestein), maar nog niet genoeg. Want als ik deze pak (Bohnenkamp), daar staat gewoon alles op: standaard gewicht van de band, de afrolomtrek, dat hebben we daar wel, de breedte van de nokken op de band, de hoogte

van de nokken, alles. En Vredestein heeft die informatie dus wel, alleen die moeten het iets uitbreiden op de site, dat zou echt heel handig zijn.

B: En dan voornamelijk voor de landbouw?

W: Voor de landbouw.

B: En voor de autobanden maakt het minder uit, he?

W: Ja, voor de autobanden maakt het minder uit, maar ook daar zou ik... ik zal eens even kijken..

B: Maar inderdaad, als je daar bovenin rechts weer wilt zoeken, moet je weer opnieuw..

W: Ja, dit zoeken is relatief, het is gewoon trager. Het zou er direct moeten zijn. Dit is op zich best heel aardig hoor, er staat al heel veel informatie, maar 1 ding vind ik dan nog wel jammer (productpagina), als je je wilt onderscheiden, dan zou ik hier graag nog de technische waarden willen zien. Dat hebben ze allemaal bekend, dat zou hier moeten staan, want je vind dat bijna niet meer in de boeken. Dan moet je echt zo onhandig zoeken...

--- onderbroken door telefoongesprek met klant B&O Bandenservice ---

W: Ik weet dus bij landbouw dat ze niet zeker kunnen zien wat er beschikbaar is. Kijk, bij mij staat het hier dus in het rood, en ik weet van Rolf dat dit niet altijd helemaal klopt, voor de landbouw. Nu zal dat redelijk gaan, maar moet ik begrijpen, dus soms bel ik en dan schijnen ze er dus wel te zijn.

B: Dus de voorraadstatus is niet altijd even kloppend?

W: Die is niet altijd optimaal. Over het algemeen heb ik er niet te veel te klagen over. Wat ik wel lastig vind van de voorraadstatus is, bijvoorbeeld, ik had twee weken geleden, verkocht ik 175/45 R14, ten eerste vind ik dat een zeer kwalijke zaak dat die niet altijd op voorraad zijn, want die zijn bij de brokers, liggen ze in massa's, en dat is een artikel die je gewoon niet kunt maken om niet op voorraad te hebben, want dat is een hele hardloper. Dat is een bandje die overal en nergens onder zit, in de kleinere sferen, Dan kon ik dus zien, bijvoorbeeld deze, nou staat deze op jullie... ik moet de T-trac hebben, maar ik noem maar een voorbeeld, nou staat hij hier op oranje, en ik kan gewoon geen banden verkopen, tenminste met een levertijd van drie weken. Ik kan zo met 1 druk op de knop bij Inter-Sprint, want die heeft ze op voorraad.

B: En dan heb je ze morgen al binnen.

W: Ja, dan heb je ze morgen binnen. Maar wat ik wil is aantallen, want wij hebben een deal met Vredestein, dus ik wil dat graag bij Vredestein gaan orderen, ik heb dat ook gedaan, dus die klant heeft van mij al 4 banden gekregen, kan die zich in ieder geval redden, maar nou blijkt dat ze binnen een week toch leverbaar zijn. Dat is niet handig, dat is commercieel gezien gewoon niet handig. Dat hadden zij toch moeten kunnen zien.

B: Ja, dat moet toch ergens in het systeem staan, natuurlijk.

W: Dat is belachelijk, want ze waren er gewoon met 1 week, want dat zag ik toevallig, want ik bestelde bij, en toen was ook de ordering niet goed genoeg, want ik dacht.. huh, ze zijn er al wel, want ik bestel elke dag, zoals ik net zei. Dus toen zag ik dat op een gegeven moment, en toen dacht ik.. nu zijn ze wel leverbaar? En dat was maar een week later, dus ik denk dan bestel ik er nog 4 bij, maar die werden ook het eerst geleverd. Die andere 20 of 30 niet. Dus ook dan in de ordering gaat dat niet goed, want die 4 komen eruit, en die andere dus niet, ik moet zien of ze er al zijn, misschien zijn ze nog niet eens geleverd. Dat is niet goed, want dat blokkeert dus je commerciële zaken. Had ik dus geweten, dan kan ik nog makkelijker... kijk, ik heb er dus voor gekozen om bij Vredestein die banden te kopen, maar iemand van mijn collega's had direct bij Inter-Sprint gehaald.

B: Ja, ik heb de afgelopen weken ook meerdere mensen gesproken die zeggen, het is goed, ik maak gewoon die stap naar Inter-Sprint en bestel ze daar.

W: Ja, maar dat willen wij eigenlijk niet, want we kiezen voor Vredestein waar ik een relatie mee heb. En jullie zijn ervoor om dat te trachten en in goede banen te leiden, daarvoor werken er zoveel mensen.

B: Dat snap ik heel goed, het is ook gewoon belachelijk dat het zo gaat.

W: Dat is gewoon niet handig. Dat zijn maar fracties van momenten, maar dat bepaald wel hun keuze.

B: Ja, precies. En zoals de, nou, Inter-Sprint die heeft het dan allemaal wel goed op orde, maar de andere groothandelaren, hoe zit het daarmee?

W: Nou, Reedijk en er zijn meerdere die dat gewoon hebben. En die hebben de producten dan gewoon liggen, maar het moet gewoon niet mogen, dat zeker in dit soort cruciale maten, dat iemand anders het wel heeft liggen en zij zelf niet. Dat moet gewoon niet mogen. En die discussie hebben we al jaren, maar dat gebeurt wel, het is gewoon.. dat is gewoon de doodsteek, ik bedoel dit wordt de doodsteek, want daar ga je de handel mee verliezen. Het is heel simpel, zij kunnen aan ons gewoon een tiende meer verdienen, want anders ga ik naar Inter-Sprint, en toch heeft die ze weer liggen. Dat is zonde. En Inter-Sprint, die koopt ze altijd veel goedkoper dan ik. En als ik 30 euro wil geven, koopt Inter-Sprint ze voor 20 euro, want die moet er ook wat aan verdienen, en die kopen er misschien wel 1000 tegelijk, maar ik betaal wel meer. Dus dat ik wel zeker de doodsteek voor de firma zelf, de fabrikant zelf, die moet dat toch nog beter.. we hameren er altijd op, maar ze moeten toch leren daar aan te werken. Dus hoe ze het gaan bedenken zou mij niet uitmaken, maar ze moeten gewoon zorgen dat zij hun basisvoorraad.. in ieder geval er is, want we moeten gewoon niet misgrijpen, want daar wordt je flauw van.

B: Dat kan ook eigenlijk niet.

W: En toch gebeurt het wel, te veel. Kijk, want wat krijg je, wij proberen hier.. we hangen het hele hok hier vol met Vredestein, wij zijn dan Vredestein-minded, promoten Vredestein, klanten aan de balie hier verkoop ik Vredesteins, klik, klik, klik, en geen banden op voorraad. Daar wordt je niet blij van. Eigenlijk kan dat gewoon niet. Dus dat blijft een groot knelpunt. Zoals hier, comtrac 2 All season, nieuw band, gepromoot, ik koop een basis van die banden, zet ik ze meteen in het schap, de eerste zending heb ik gehad, en daarna kan ik ze nooit meer bestellen, want ze zijn er eigenlijk meestal niet. En in dit geval heeft Inter-Sprint mazzel, want die heeft ze dus ook niet staan, maar.. het gaat niet altijd op, maar heel lang hebben zij het dus wel gehad, want die heeft ook direct een hele partij van die banden gekocht, en dat hadden ze gewoon niet moeten doen. Dat hadden ze in eigen hand moeten houden, want dan heb je een nieuw product, daar moet je de markt mee gaan bewerken, en dan moet je het niet direct bij Inter-Sprint neerkwakken. 1 week, daarna waren ze niet meer te koop, alles lag dus bij een ander. Dat vind ik dus.. dat is commercieel niet handig.

B: Ja, want jullie promoten natuurlijk die band..

W: Ja, wij verkopen een nieuw product... Niet handig. En dat is gewoon jammer, want voorraadtechnisch doen ze het gewoon niet goed. Het is gewoon zonde, een gemiste kans. En die voorraad moet je voorzigtiger verdelen, want Inter-Sprint koopt het toch voor niks in, en die verkoopt ze ook goedkoop: zonde. Dus dat vind ik gewoon jammer. Dus dat een beetje over het systeem. Openstaande leveringen, ja daar kan ik zien wat er allemaal open staat.

B: Ja, dit laden duurt natuurlijk ook veelste lang (laden orders).

W: Hij doet vrij weinig, het moet eigenlijk gewoon met 1 druk op de knop zijn.

B: Ja, want die gegevens zijn bekend.

W: Ja, die zitten er gewoon in.

O: En wij hebben glasvezel, dus daar ligt het niet aan.

B: Nee, dat ligt ook niet aan jullie netwerk.

W: Kijk, daar is die dan wel, maar..

B: Maar, als je druk bent wil je niet zolang wachten.

W: Ik kan gewoon niet wachten, daarom zei ik al, ik ben blij dat ik twee schermen heb, want anders is dat niet te doen. Dit is op zich allemaal wel goed, je kan het vinden, het zit erin, maar de snelheid.. verder is er niks mis mee.

En ik moet toegeven, ik gebruik de site niet helemaal.. zoals offerte maken, dat gebruiken we helemaal niet. Er zit ook iets in om offertes te maken, maar dat gebruiken wij in principe niet. Maar je zou het kunnen gebruiken, maar dat vind ik niet zo heel spannend. Maar de manier van zoeken, dat is gewoon traag, dat is onhandig. Dat is gewoon niet prettig om mee te werken. Weet je wat ook wel grappig is, ik kan hier overschakelen naar Apollo site, want ik bestel ook best veel Apollo's, want als Vredestein sommige banden niet hebben, halen we ze hier. Dan doe ik toch mijn best voor Vredestein, want dan heb ik in ieder geval aantallen. En op zich vind ik dat wel goed. 'Zoek op auto', dat is een beetje het vreemde, dat heeft Vredestein niet, dus er zitten wel verschillen in, want kijk, hier kan je niet zoeken op auto.

B: Maar als je naast 'zoek op type', 'zoek op auto' klikt, heb je die mogelijkheid wel.

W: Ja, wel dus, oke, sorry.

B: Maar dat valt dus blijkbaar niet genoeg op.

W: Dat doen wij zelden, dus dat maakt niet zo uit.

B: Maar goed, dit kijkt gewoon naar de maten wat eronder kan, maar vaak weten jullie denk ik wel welke banden geschikt zijn.

W: Nou, op zich is dit best wel een aardige functie hoor, daarom vind ik het wel handig om technische info van een band.., want het zou dus handig zijn om dan de technische gegevens van zo'n band erbij te hebben, echt de diameter van band, de afrolomtrek van de band, want zo twijfel ik ook met mijn eigen banden, want dan merk ik dat ze afwijken en ik vertrouw dat dus niet. Want dit is dus.. waar je heel veel mee te maken hebt, zijn auto's met vierwielaandrijving, heel veel, zo heeft Volvo dat, de all-road of off-road, je hebt de Audi Quattro, dat zijn allemaal pertinent 4 wiel aangedreven auto's, zo ook BMW X-drive, maar dat mag niet te veel afwijken qua afrolomtrek, dat mag eigenlijk helemaal niet afwijken. En andere fabrikanten hebben dus daar speciaal gecodeerde banden voor. Dunlop of Goodyear of Michelin met een ster-aanduiding voor BMW, daar zit gewoon een BMW-aanduiding op, dus die houden rekening mee dat die een exacte afrol hebben, maar als wij gegevens hebben van zo'n band kan ik dat vergelijken, en dat wordt steeds belangrijker. Ik zit er zelfs nog aan te denken om de nieuwste balanceermachine die nu te koop is, die gaat dat zelf meten. Die wij dus nu hebben, wij hebben nu een Hunter, en die meet in principe altijd de hoogte-slag en de wegkracht van de band, maar het is dus ook steeds interessanter om te weten, wat voor afrolomtrek heb ik eigenlijk. Dat meet die ook, die nieuwste. Ik zit er gewoon aan te denken om dat straks aan te schaffen, die moet er straks gewoon komen.

B: Dat is dan gewoon nodig.

W: Want, we zien dat er problemen in de markt zijn door verschillende afrolomtrekken en als je dat dan bij elkaar plaatst met auto's met bijvoorbeeld X-drive of E-drive of Quattro, kan dat problemen veroorzaken. Dat gaat steeds verder. Dus is die informatie heel belangrijk. En in weze, die data is er.

B: Ik wou net zeggen, die data moet er wel zijn.

W: Absoluut. En dan staan jullie weer een streepje voor. Dus, maar gewoon de manier.. kijk, nou moet ik bestellen, dan wacht ik, dan kan ik hier wel, dit is wel goed hoor hier. Wat ik wel handig vind, 1 stap is aardig, maar dat kan ook bij Inter-Sprint hoor, om een...

--- onderbroken door telefoongesprek met klant B&O Bandenservice ---

W: Kijk, dit is dus cruciaal, dat ik in ieder geval iets in kan voeren (orderregelcommentaar), tijdens een bestelling. Ik ga hier even naar toe (Inter-Sprint), laten we dat maar als leidraad pakken, dat kan ik dus hier dus al doen, dan vul ik twee banden in, en ik kan hier direct mijn referentie invullen en ik druk onderaan de bladzijde op bestellen, en dat is door middel van 1 klik, dus dan sla je een heleboel stappen over, en ik kan nog steeds mijn referentie invullen.

B: Want ik..

W: Het is cruciaal wel een referentie in te kunnen vullen. Dat is bij jullie dus ook zo, je kan er een referentie neerzetten.

B: Maar ik zie dus inderdaad dat bij het direct bestellen, wat ze nu hebben ingericht, dat dat daar, tenminste zoals ik kan zien, dat dat er niet in zit.

W: Dat is waardeloos, dat moet wel. Dat moet absoluut.

B: Ja, en kijk dit soort informatie dat is gewoon..

W: Want.. nou valt het bij ons nog wel mee, maar er zijn veel meer collega's die hebben veel te veel bestellingen, dus er moet op die pakbon die binnenkomt eigenlijk direct een referentienaam bij op staan, dan kun je dat direct positioneren. Dat kan dus bij jullie wel, maar dan zit je in het trage systeem. Maar die referenties is cruciaal. Die moet er wel in.

B: Ja, precies.

W: Ja, en dat.. Kijk, wij gebruiken de site van Bohnenkamp dus wel veel, waarbij ik hier op het artikel moet klikken, dat kan op verschillende manieren, ik kan hem ook hier direct in de winkelwagen gooien. En stel, ik pak hem daar, zit hij direct in de winkelwagen... die heeft dus een storing in zijn site.

B: En Bohnenkamp die heeft zowel landbouwbanden als autobanden?

W: Nee, zij hebben geen autobanden, dus je kunt hem niet helemaal vergelijken, want dat is een andere manier van kopen, want dat is grotendeels landbouw en industrie, en daar kopen wij geen autobanden, want hier kan ik dus niet per artikel, dus deze schiet iets te kort, niet per artikel een referentie invoeren, dan moet ik aparte bonnen maken. En als ik die bestellijst maak, kan ik dat dus niet doen. Hier kan ik hem selecteren, en dan kan ik hem daar bestellen, dus deze heeft ook wel een paar stappen, maar het is wel een andere manier van werken. En de autobandensite is dus net iets anders, maar dat orderregelcommentaar is dus wel cruciaal, heel belangrijk.

B: Oke. Ja, en we zijn nu achter de schermen nu bijvoorbeeld ook bezig met deze zaken, maar ook met de snelheid, die had er eigenlijk al moeten zijn afgelopen maand, kwam wat vertraging in, maar waarschijnlijk komt die deze maand, dan wel begin van juni, dus ja, we zijn er gewoon mee bezig, en we zijn ook aan het testen of alles goed loopt, en dan is het, zo goed als, net zo snel als Inter-Sprint. Dus dat is wel een ding..

W: De snelheid moet erin zitten, en de opbouw kan gewoon logischer.

B: En zoals het intikken van maten bij de landbouw, dat je dat zonder spaties, en dergelijke..

W: Dat is best onhandig, want dan heb je op je website een andere zoekvorm.

B: Ja, want feedback is ook al uit de landbouwsector teruggekomen, en als het goed is zit dat ook in een van de nieuwere versies.

W: Oke.

B: Want dat is gewoon niet handig, ik bedoel als je op die manier moet zoeken..

W: Je vergeet dat, want alle andere shops doen dat niet, en dan is er 1 die dat wel heeft, en dan denk ik van, die banden vind ik niet..

B: Nee, maar dat kan gewoon beter. Dat is jammer. Dus daar zijn we ook mee bezig. Zo zijn er heel veel dingen waar, ook wel wat kleinere dingen, zoals dat zoeken, tenminste voor ons is dat dan een klein dingetje, en zoals de snelheid.

W: Ja, je ziet, als ik 1 stap over kan slaan, alles scheelt. Elke stap scheelt.

B: Dus, ja, we zijn er altijd mee bezig.

W: Ja, geloof ik, maar tot op heden heb ik nog geen resultaat gezien.

B: Nee, maar dat is ook gewoon ook jammer dat het allemaal zo lang duurt.

W: Ja. Ze hebben best wel een probleem, want ik weet dat dat zo is, en ook achter de schermen. We horen best vaak wat, van een aantal zaken, dus ja, ik moet dat ook weer vertalen, wij zitten in een SAB groep, wij zijn pro-Vredestein met de hele club, dus als er dan wat remoe is, moet ik daar wel een antwoord op bedenken, dus dat is



handig, want morgen gaan we hier weer vergaderen, en kan ik dat dus wel meenemen, van, ze zijn er mee bezig. Want je moet dit alleen doen, of jij inventariseert alleen?

B: Wat ik doe is.. ik heb ook alle gegevens van alle dealers die via onze website bestellen, dus ik kan zien wat er allemaal besteld wordt, maar ik word dus ook op pad gestuurd om te gaan kijken, want wij kunnen wel wat vinden als Vredestein zijnde, maar de gebruikers, die zitten hier.

W: En wat ik heel duidelijk aan wil geven, is dat de ervaring en het gevoel waar zitten is ook belangrijk, en daar zit je mee, want dan maak je het gebruiksgemak, dan bestel je makkelijker en meer. Vredestein wil gewoon dat zo veel mogelijk banden verkocht worden, dus ik moet daar geen belemmeringen in hebben.

B: En heel veel.. vandaag bijvoorbeeld ook bij wat andere dealers geweest, en die gaven ook aan van, moment dat het traag is, of ik moet zolang wachten, dan gaan we gewoon naar Inter-Sprint. Dat is heel makkelijk.

W: Ja, klopt. Dat is zonde. Dus dat is wel erg belangrijk voor jullie zelf, want het is lastig om de zwoel en de sfeer erin te houden. Dus, bij hoeveel ga je langs?

B: Ik heb er nu 11 gehad, en morgen nog 1, want Geers Banden in Assen zat dicht, dus die ga ik morgen even bellen.

W: Waar ben je nog meer geweest?

B: Vandaag bij..

W: Ben je ook bij Kalk geweest?

B: Ja, bij Kalk, en bij..

W: Hoe was het bij Kalk?

B: Ja, goed! Wel druk, hadden het heel erg druk, ja. En ik ben bij Roskamp geweest in... ik heb het wel even opgeschreven.. Koskamp, sorry, en GEA Automaterialen.

W: Ja, oke. Koskamp is ook een automaterialen zaak.

B: Ja, klopt. En GEA was in Emmen, en de andere was in Stadskanaal. En de rest van de interviews waren in Noord-Brabant, Zeeland en Zuid-Holland, die kant op.

W: En hebben zij allemaal vergelijkbare informatie, net zoals waar ik mee kom?

B: Ja, wat minder uitgebreid, dus dat is goed dat er zoveel feedback komt, en een die aangaf het platform helemaal niet te gebruiken, maar dat is natuurlijk voor ons ook interessant, om te kijken van, waarom gebruik je het niet?

W: Ja, ik heb wel eens geroepen, de vorige keer tegen jouw collega, als ze slim zijn, zouden ze gewoon 1 keer in het jaar, bijvoorbeeld, of bijvoorbeeld 1 keer per half jaar, even met een paar mensen om tafel, en je gaat even zitten zoals wij nu met elkaar zitten. En soms is dat.. En om het bij te schaven, stel nou ze hebben morgen iets veranderen, het blijft veranderen. En ze moeten nu een hele grote stap maken, maar elk jaar moet je tegen het licht houden van, wat kunnen we bijsturen, en als je dan met 2 of 3 bij elkaar zit, te brainstormen, kom je veel verder. En dat kost de wereld niet.

B: En Vredestein zelf zit natuurlijk ook te denken van, ja het moet sneller, maar het is wel fijn om het als bedrijf zijnde zelf te regelen, maar je moet ook weten wat dan de dealers willen en wat de groothandelaren willen. En dan zijn de dealers misschien nog wel interessanter..

W: Wij moeten met die websites werken, en als het niet werkt, dan gaat het niet. Maar sowieso heb ik dat geroepen van, het is gewoon handiger als je 1 of 2 keer per jaar even zegt van, ik ga een paar mensen uitnodigen, en wat mij betreft in Enschede zelf, maar je gaat even met een paar mensen om de tafel heen zitten, en puur in de praktijk van, wat kunnen wij nou bijsturen, en dan kom je ergens.

B: Daar ben ik het ook mee eens.

W: En dat heb ik wel eens eerder geroepen, maar dat is tot op heden nog nooit gebeurd.

B: Nee, precies. Klopt. Ik moet wel zeggen, het is nu wel een beetje de bedoeling... Ook nu in Amsterdam wordt het B2B-platform zelf wat meer, het wordt steeds belangrijker.

W: Ik kan je nog een ander voorbeeld geven, Vredestein zit nog steeds in een te hoge toren, die zitten te ver van de werkelijkheid af. Mijn collega's waren vorig jaar, afgelopen jaar was dat, zijn ze nog op bezoek geweest op het nieuwe kantoor van Vredestein in Amsterdam, maar Inter-Sprint doet vele malen meer dan dat Vredestein doet in Nederland. Inter-Sprint kan er ook 10 keer in, als het niet 20 keer is, als het niet 30 keer is. Daar is geen hoogte, die mensen bij Inter-Sprint staan gewoon met beide voeten op de grond, en daar kan ik zo naar binnen lopen. Niks geen poeha. En dat heeft direct, daar ben ik laatst nog wel geweest, maar dan ben je daar, dan is het welkom binnen, kom je in het grote verkoopkantoor, en die mensen zijn direct aanspreekbaar. Daar wordt 10 keer sneller geschakeld.

B: Ja, het is natuurlijk wel dat.. het is misschien wel omdat Verkoop NL ertussen zit, maar goed het is ook hardstikke goed om met een groep te gaan zitten.

W: Ook intern is het allemaal... het is leuk en aardig, maar mensen moeten niet lullen maar poetsen. Waarom zijn die lui zo groot (Inter-Sprint), omdat zij keihard werken. En doen wat ze zeggen.

B: Zeker, ik ga het absoluut meenemen.

W: Maar Inter-Sprint is dus heel direct en direct bereikbaar. En dat mist Vredestein een beetje, ze moeten als bedrijf iets dichterbij de markt zitten. Dan voelen ze dat ook. Kijk, en daar had ik het gister nog over, hebben ze een hardstikke mooie campagne bedacht, het #ROCKTHEROAD-verhaal, ikzelf vind het fantastisch, maar hadden ze van tevoren al kunnen bedenken, iedereen had dat kunnen bedenken, dat het heel veel meer geld gaat kosten dan dat het opleverd. Maar een beetje logisch nadenken, en je had het kunnen weten.

B: Nee, maar dat is wel inderdaad, mijn afdeling.

W: Het zou mij niet uitmaken, maar het is hun geld, en ze schieten gewoon hun doel voorbij. Die hebben ze goed voorbij geschoten, en dat weten ze wel. En dat komt mede, omdat ze te ver van de markt afzitten. Hadden ze wat dichterbij de markt gezeten, gewoon qua mens, qua bedrijf, dan hadden ze dat al lang geweten.

B: Dan weet je natuurlijk nog meer, en dan kan je gerichtere campagnes maken.

W: Dan heb je gevoelsmatig meer met de markt.

B: Ben ik het mee eens.

W: En daar hadden we het afgelopen weekend ook over gehad, de promotie van het truckbanden-verhaal, hetzelfde verhaal. En daardoor schieten ze zichzelf in de voet, en misschien wel in de knie, want deze doet goed zeer.

B: Nee, dat klopt. Ook intern was dat te merken.

W: Maar als men wat dichterbij de markt zat, hadden ze dat echt wel geweten, en dat is gewoon zonde.

B: Ja, want dat is inderdaad, wanneer je op het hoofdkantoor zit..

W: Dan heb je er helemaal geen gevoel bij. En als je dus bij Inter-Sprint op het hoofdkantoor komt, daar kun je zo naar binnen lopen, en die snapt het wel, die denken van, ik moet goed luisteren naar de mensen.

B: Maar daarom is het ook goed dat u aangaf dat er soms een moment moet zijn, in het jaar...

W: Ja, gewoon met de mensen, met gewone mensen, die elke euro met smerige handen moeten verdienen. Kijk, vertegenwoordigers hebben natuurlijk best veel contact, maar ook destijds, wij zijn First Stop dealer geweest, en daar hadden we dus ook een platform, waar we 1 of 2 keer per jaar even met een clubje mensen om tafel gingen, even een hapje eten, en we bespraken dan wat onderwerpen, en dan gingen we met iedereen brainstormen. En er is verschrikkelijk veel informatie die je heel makkelijk kan verzamelen op dat moment. En wat First Stop, of Bridgestone, wat die deden, soms dan zeiden wij, dit lijkt ons wel wat, en dan reageerden zij erop, dat is gouden informatie voor beide partijen. En First Stop heeft het misschien niet gered, maar dat was wel een heel goedkoop moment om al die informatie te krijgen.

B: En ik weet ook zeker dat dat heel erg gewaardeerd word.

W: Wederzijds, wederzijds. Het is alleen maar win-win. En wij hebben dan dus ook met de SAB dergelijke gesprekken. En ik weet zeker dat Vredestein die informatie interessant vindt, want het is hun platform, waar ook heel veel informatie uit voort komt, en ik denk dat ze er nu te weinig van gebruiken. En dat is gewoon jammer. En ik zit wel eens met Paul Eidhof en Gerard Eijkelenkamp om tafel, even in gesprek met elkaar, en dat werkt heel goed. En eigenlijk zou je dat ook moeten doen voor deze website. En zeker voor zo'n onderwerp, daar zou je een hele middag voor uit moeten trekken, even een moment pakken, en niet met een hele vergaderzaal vol, maar met een klein groepje, even het een en ander bespreken. Dat zou voor Vredestein gouden informatie opleveren.

B: Ja, absoluut. Ik ga het meenemen.

W: Heb jij nog ideeën, waarvan jij zegt, dat is een goede, of dat moeten we doen?

B: Nee, ja goed, ik moet nu zelf ook alle interviews even analyseren, van, wat is er nou gezegd, daarom neem ik het ook op, dat ik achteraf even kan naluisteren, van, wat is er precies gezegd, en misschien kan ik zaken aan elkaar gaan koppelen, of wat dan ook.

W: Dat is, denk ik, cruciaal. Het gebruiksgemak, de snelheid van het systeem, allemaal van die kleine dingetjes, waardoor het allemaal praktisch beter gaat werken.

B: Ja, en kijk, nou zijn jullie nog redelijk, als Inner Circle-dealer..

W: En wij hebben als cluster, hoe heet dat, als SAB-lid, en ik zit dan ook in het bestuur van die club, dan probeer je Vredestein te blijven promoten.

B: Maar goed, als het allemaal niet goed meewerkt, dan wordt het wel moeilijker voor jullie natuurlijk.

W: Wat ook heel erg belangrijk is, we hebben ook een aantal keer gesproken over de prijsstelling, prijzen en hoe ze het allemaal bedenken, dat moet daarin. Dat moeten ze verwerken daarin, want wat je dus ziet, als iemand met een groot prijsverschil zit...

--- onderbroken door monteur B&O Bandenservice ---

W: Dus op moment wanneer zij wat aan die prijzen doen, kijk, op zich ben ik wel tevreden hoe Vredestein daar tegenaan kijkt, want die probeert zich best wel in een bocht te wringen om de prijs goed te krijgen, die past het wel aan. Zeker in een drukke periode wil men dat, want een belletje, en het is geregeld, we worden het altijd wel eens, alleen er zijn er een heleboel, die zijn niet zo loyaal, die hebben die drukte en in combinatie met het trage platform en het lange bestelproces, en die kiezen dan voor iemand anders voor 1 of 2 euro, terwijl Vredestein dat ook wel voor die prijs wil leveren. Zorg dan dat dat in dat kastje voor dezelfde prijs staat, en niet zonder de korting.

Want zoals Inter-Sprint, zo zeg ik altijd, ik heb het gevoel dat die achter knoppen zit, die stelt daar de prijzen bij, het lijkt alsof er iemand achter een mengpaneel zit om de prijzen aan te passen. Zo is het daar echt. Dat kan bij jullie ook, zij kunnen dat echt wel hebben. Alleen moeten die prijzen wel in het scherm worden getoond.

B: Oke, ja ik gaat het allemaal meenemen. En ik heb nog een vraag, ook even voor mijn beeldvorming, hoeveel mensen werken hier?

W: Wij werken standaard met 8 personen; 6 medewerkers en wij met z'n 2. Daarnaast hebben we nog 4 parttimers in de weekenden, en daar vullen we dus ook gedeeltelijk de vakanties mee op.

B: Oke, ik weet voor nu genoeg. Heb je misschien een visitekaartje?

W: Ja, natuurlijk. Nog meer vragen?

B: Nee, eigenlijk niet, nee.

W: Wat levert het op?, zeggen we wel eens.

B: Nou, voor jullie? Het beste platform wat er bestaat natuurlijk.

W: Oke dan, daar gaan we voor.

B: Bedankt voor de tijd en flexibiliteit om mij te woord te staan.

W: Geen dank, succes met jouw afstuderen.

---

Interviewer: Bas Soetekouw (B)

Geïnterviewde: Joop Geers (J)

**Geers Banden**

Bosstraat 58

9401 PV Assen

Datum en tijd: Maandag 16 mei 2017, 11.45 uur (telefonisch interview)

B: Mijn collega Bernie Wieringa had aangegeven dat ik contact met u op kon nemen met enkele vragen omtrent het B2B-platform Van Vredestein.

J: Ja.

B: Komt dat nu uit?

J: Ik denk het wel, ik doe even de deur dicht, want mijn broer zit soms lawaai te maken. Zo, oke, goed. Steek van wal.

B: Oke, om voor mij eerst een zelf even een beeld te krijgen van jullie, met hoeveel medewerkers werken jullie op locatie?

J: 2 a 3.

B: 2 a 3, oke.

J: Dat komt, die ene is een wat oudere, die valt onder oproepkracht. Als het even te gek wordt, dan roep ik hem op.

B: Oke, en de manier.. als jullie Vredestein-banden bestellen, op welke manier bestellen jullie deze dan?

J: Online.

B: En, op moment dat er online wordt besteld, en er is iets niets, of er is iets met de leverdata.

J: Dan gaan wij direct naar Reedijk toe, want ik hoef jullie niet meer op te bellen, om te vragen of er nog iets bij een grote partij weg kan, zoals vroeger wel eens gebeuren. Dan lagen er wel eens 100 banden voor een ander klaar, en dan gingen er 4 af van mij, zeg maar.

B: Ja, precies.

J: En dat is er niet meer bij, dus dat heb ik afgeleerd.

B: Oke, dus u gaat vrijwel direct naar de groothandelaar?

J: Ja, en er is wel iets met die site, want laatst moest ik banden hebben, ik weet de maat zo niet meer, toen kwam er in beeld dat ik ze in juni pas zou krijgen, en dat was een paar weken terug, en vervolgens, even nadenken, en toen keek ik de volgende dag weer, en toen waren ze ineens leverbaar.

B: Ja, dat horen we wel vaker.

J: Snap je wat ik bedoel?

B: Ja.

J: Dus toen had ik ze al besteld bij Reedijk, en toen hoefde ik ze niet meer te hebben natuurlijk, maar op een toevallige manier ben ik daarachter gekomen.

B: Ja, precies. Dat is natuurlijk niet.. dan klopt er natuurlijk iets niet in de levertijden die wij op de website weergeven.

J: En dan ben ik geen klager hoor, ik ben heel flexibel, maar ik vind het ook vreemd, als ik 175/65 R14 T-Trac bestel.. backorder.. nou, het is niet anders, dus bestel ik er 6 bij Reedijk, vervolgens blijft die backorder open staan van vier weken of zo, en vervolgens komen de banden eerder, en wat staat er op die banden? Dat ze in 2016 geproduceerd zijn. Ik denk, dan begrijp ik niet waarom het backorder was. Dat heeft natuurlijk met transport, intern bij jullie te maken, weet ik veel wat, maar in ieder geval vind ik dat wel vreemd, ik dacht dus, die banden

moeten wel vorige week gemaakt zijn, dus ik kijk op de datum, stond er notabene 2016 op.. Maar goed, dat waren alle klachten inmiddels.

B: Ja, oke. Ja, goed, die huidige voorraadstatus, kijk, ik zit zelf op de afdeling marketing, dus daar kan ik zelf niet veel aan veranderen, maar ik kan het natuurlijk wel doorspelen binnen de organisatie zelf, maar even terugkomend op ons bestelportaal, welke functionele aspecten, om een band op een snelle en juiste manier te bestellen, moet ons portaal hebben?

J: Nou, dat lijkt me duidelijk, gewoon klikken, dan kom ik in een hoofdscherm waar automatisch 195/65 R15 ingeprogrammeerd staat, nou ga ik expres even een andere maat invoeren, laten we zeggen, 175/65 R14. Die slash en die R is ook niet perse noodzakelijk he, omdat het zo als voorbeeld staat. Nou gaat hij wachelen, en nou geeft hij weer, 1 juni leverbaar is die band. Dat is goed. Dus voor mij is dit helemaal prima.

B: Oke, en verder bijvoorbeeld. Als u de band bestelt, en u klikt, ik wil 2 van dat soort banden hebben, wat vindt u van dit bestelproces, want als we even kijken, ik weet ook niet of u bij Inter-Sprint bekend bent?

J: Nee, daar doen we geen zaken mee, want die kan niet bij ons komen. We zitten midden in een woonwijk. Ik kan wel, als het ware, bij Inter-Sprint bestellen, maar dat moet ik dan via Brezan doen, maar dan zijn ze veel te duur.

B: Oke, ja. Maar goed, die.. op het moment dat u zegt van, ik wil de banden bestellen, dan moet u 2 of 3 keer over bevestigen dat u de banden wil kopen..

J: Dat is bij Reedijk anders geloof ik, even zien, ik ga even naar mijn andere portaal toe. Ik zit inmiddels online hoor, bij jullie ook. Bij Reedijk moet ik dan, als ik nog niks besteld heb die dag, dan moet ik eerst even op mijn bureaublad een website aanklikken, en dan kom ik direct in het hoofdscherm, waar ik direct de bandenmaat ik kan voeren, 205/55R16, en dan op <ENTER>, dan krijg je direct alle merken in beeld die zij verkopen, en dan hoeft ik alleen maar het aantal in te vullen en dan ga ik naar bestellen, en dan doorvoeren. Dus dat scheelt niet zo veel, dat scheelt niet zo veel, nee.

B: Oke, en op moment dat u wilt bestellen, moet u dan ook vaak bevestigen of..?

J: Nee, als ik dan 4 invoer, en ik ga naar bestellen, dan kom ik in het volgende scherm, en dan moet ik op bevestigen drukken. Daar kan ik mijn naam ook invullen, of een andere naam.

B: Ja, oke. En daar heeft u ook bijvoorbeeld plek om orderregelcommentaar in te voeren? Dus een kenmerk.

J: Dat geloof ik wel, zal ik dat eens proberen? Ik ga nou niet bestellen bij hun, maar.. even zien, ik toets zo maar even wat in.. de bovenste.. 4 stuks.. bestellen, dan kom je dus in het bestelscherm terecht, zo heet dat dan, en daar kan ik een referentie invullen, en dat kan mijn eigen naam zijn, maar dan kan ook een klant zijn natuurlijk, als ik de naam wil noteren. En dan kan ik op een vakje klikken 'verder gaan naar bestelling', dat is bij jullie ook geloof ik, en ik kan klikken op 'bestelling bevestigen', dan heb ik ze direct morgen op de stoep liggen natuurlijk. Dat is vrij normaal lijkt mij, dat zijn dingen, daar denk ik nooit bij na.

B: Nee, ja, goed, dat gaat natuurlijk in ons hoofd heel erg om van, wat is nou het beste en wat is het makkelijkste. En dan kom ik op de volgende vraag, zou u, u heeft al een aantal verbeterpunten genoemd, zou u nog een aantal andere verbeterpunten kunnen noemen, dus nog 2 of nog 3 bijvoorbeeld.

J: Oh, dat weet ik zo niet. Nee, die twee punten, dat vind ik het belangrijkste. Ik zou het zo niet weten.

B: Oke, even kijken, natuurlijk is de afgelopen tijd het internet enorm opgekomen, en waardoor u en ook de klanten heel veel online bestellen, merken jullie nog andere ontwikkelingen die voor jullie als bandendealer of bandenmarkt, waar er dingen veranderd zijn?

J: Ja, zeker wel. Maar goed, ik ben de jongste niet meer, en bij de VACO-samenkomsten, daar hebben ze het iedere keer over, dat het belangrijk is dat mensen je online kunnen vinden (SEO, SEA). Dat mensen ons kunnen vinden, daar hebben we niks over te klagen, want we hebben het altijd druk.

B: Nou, dat is heel goed voor u toch?

J: Ja, dat is prima, dus ik hoeft niet zo zeer online vindbaar te zijn, via Google of weet ik veel wat. Dat spreekt mij niet zo aan, wij zijn maar een klein bedrijf, want wat wij hebben dat vind je eigenlijk nergens anders. Moet je eens een keer komen kijken, of je moet eens kijken op [www.geersbanden.nl](http://www.geersbanden.nl), daar staan foto's van ons bedrijf. Daar staan foto's van ons bedrijf.

B: Oke, ik ga zo direct even kijken.

J: Er staat 1 foto bij, die klopt niet meer, want daar staan 4 mensen op, maar is niet meer zo. Wij zijn nog me 2 a 3, vandaar.

B: Oke, en u gaf ook aan van, bij Reedijk bestellen wij, op moment dat er bij Vredestein iets niet is. Wat heeft het nou als voordeel om bij een groothandel als Reedijk te bestellen, als bij een fabrikant als Vredestein zelf?

J: Eigenlijk niet, eigenlijk geen voordeel. In eerste plaats, elke euro telt vandaag de dag, maar ze zijn duurder, maar in de tweede plaats wil ik graag de afspraak nakomen van zoveel banden per jaar, en als jullie die banden dan niet hebben, ja, dan wordt mij de pas afgesneden. Want ik krijg hier het laatste jaar, hebben wij hier minder banden dan het jaar daarvoor, maar dan zeg ik tegen Bernie: Bernie, wil je weten hoeveel Vredesteins ik van Reedijk gehad heb, want dat kan ik zo zien hoor? Die kunnen dat zo zien, wat ik per jaar aan Vredestein doe, want is dat dan wel een apart verhaal geworden, natuurlijk. Ik vind sowieso apart dat jullie die banden niet hebben en Reedijk wel.

B: Ja, ik zit daar zelf ook nog even mee te stoeien van, hoe kan dat nou, en hoe kan Vredestein dat doen ten opzichte van de mensen, de dealers, die Vredestein willen verkopen.

J: Ik wil er nog wel even iets aan toevoegen, maar dat is geen klacht. Jaren geleden was er sprake van, dat de fabrieken niet meer zaten te wachten op kleine kleintjes, die kleine kleintjes die moesten maar naar de parralelimport, en ik heb ook al 4/5 keer aan Annemarie en aan Bernie gevraagd, waarden jullie nog wel Geers als klant? En iedere keer als ik het vraag krijg ik als reactie, dat ze heel blij zijn met ons. Iedere keer, keer op keer weer, nou, dan blijf ik dat toch gewoon volhouden, maar als je daarna geen banden kunt krijgen, dan denk je van, is dat nou eigenlijk wel waar, heeft Vredestein nog wel belang bij Geers als klant. Wij kunnen nou eenmaal geen 5000 banden per jaar verkopen, dus. Het zijn iedere keer wat kleinere partijen die ik dan bestel, maar ja. Reageer jij daar eens op dan, hoe is je naam ook alweer?

B: Bas Soetekouw.

J: Oh, Bas.

B: Ja.

J: Ik ben Joop Geers trouwens, Bas. Iedereen noemt mij bij de voornaam, dat 'u' en 'meneer' dat is voor later. Dus zeg gerust Joop tegen mij, we hebben elkaar nog nooit gezien denk ik?

B: Nee, dat klopt.

J: Nou, Bas kan ik ook wel zeggen denk ik.

B: Ja, absoluut.

J: Maar Bas, reageer daar nou eens op, hoe denk jij daarover?

B: Nou, ik weet daar zelf niet heel veel over hoe wij als Vredestein, en bijvoorbeeld Verkoop NL daar over denkt, want ik zit zelf op de marketingafdeling, en bij ons gaat het op dit moment puur even over: hoe kunnen wij dit platform zo goed mogelijk inrichten dat het voor de dealers en de groothandelaren gewoon makkelijker wordt om te bestellen.

J: Het is al verbeterd, hoor.

B: Ja, en wij zijn nou druk bezig met nieuwe verbeteringen, als de snelheid die wordt aangepakt, en wat andere zaken. Maar om uitspraken te doen, of kleine of grote bandendealers belangrijker zijn of niet.. Ja, ik vind zelf dat ze belangrijk zijn, maar ik heb daar niks over te zeggen. Dus, ik kan zelf mijn eigen mening daar over geven, dat ik dat natuurlijk net zo belangrijker vindt, en misschien nog wel belangrijker dan die grote groothandelaren, maar ik denk dat hier niet iedereen er zo over denkt.

J: Waarom denk je dat?

B: Zoals de reden, wat ik denk, is heel veel banden die liggen in een magazijn, daar moeten ze vanaf, en daardoor gooien ze dat in een keer bij de groothandel.

J: Ja, dat weet ik. Dat weet ik. Dat is mij wel eens vaker verteld.

B: En ik denk dat daarom ook de, die artikelen even niet op voorraad zijn. Ik vind het, moet ik heel eerlijk zeggen, op moment dat er wat besteld wordt, en het komt in de backorder te staan, en de dag daarna is het in een keer binnen een week leverbaar, dat snap ik dus niet.

J: Nee, ik dus ook niet. Kijk, je praat wel met iemand die vanaf 1972 fulltime in het vak zit, en ik heb al een boel meegemaakt. Ik heb ook meegemaakt dat bij Michelin, vroeger bijvoorbeeld. Als een bepaalde maat heel moeilijk was, en er kwam wat vrij, dan kwamen de grote jongens als eerste. Zo ging dat bij Michelin, bijvoorbeeld. Hoe jij het ook zei, ik vind het raar als banden in backorder staan, en dat je ze dan banden binnen krijgt en dan uit 2016 zijn.

B: Ja, dat snap ik ook niet. Waarschijnlijk ligt het dan echt aan het logistieke verhaal, dat er op dit moment even niks geleverd kan worden, terwijl het dan wel in het magazijn komt, en dat daar dan voor levering een plek vrij komt, en dan toch nog wordt meegenomen. Maar hoe dat in zijn werk gaat...

J: Maar goed, logistiek kan goed ja.

B: Dat denk ik, daar weet ik verder niets van, maar dat denk ik. Ik heb verder niet echt vragen meer, u gaf al aan dat het werken met Vredestein.. Ik neem aan dat jullie al vrij lang met Vredestein werken, sinds 1972 gaf u al aan?

J: Ja, en nog iets eerder zelfs, want mijn vader is in 1967 deze zaak begonnen, en daarvoor had hij al connecties met de vertegenwoordiger, want hij was ooit bij De Waag, en die is later Koskamp in Assen geworden. En De Waag heeft mijn vader min of meer opgebouwd, in dienst van de Assen Garage Houders.

B: Oke, want mijn laatste vraag was eigenlijk hoe de relatie tussen Vredestein en jullie is. En ik kan eigenlijk wel uit uw verhaal opmaken, dat die relatie in die zin wel goed is, omdat u al wat langer, al vrij lang, contact heeft met Vredestein. En uw vader ook, maar zijn er verder nog zaken of opmerkingen die ik mee kan nemen, dus toevoegend aan het verhaal waar we zojuist besproken hebben.

J: Nou, misschien geen 'u' meer zeggen tegen Geers.

B: Dat is beleefdheid, laten we het daar even op houden.

J: Zet hem op Bas.

B: Oke, dank je wel.

J: Ik ga weer verder met mijn bedrijf.

B: Oke, bedankt voor de tijd om mij te woord te staan. Succes.

J: Jij ook. Het beste.

B: Tot ziens.



## Bijlage 9 Axiaal coderen

| Introductie        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Medewerkers        | <p>Dat zijn er 10. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Vier medewerkers. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Wij werken hier met zes mensen. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Op dit moment drie.. drie ja. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Vandaag 9, negen man, maar normaal met 14 mensen. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Met een mannetje of acht zijn we wel. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Hier werken 11 mensen. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Wij werken hier in Stadskanaal met 9 personen (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>6 mensen (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Wij werken standaard met 8 personen; 6 medewerkers en wij met z'n 2. Daarnaast hebben we nog 4 parttimers in de weekenden, en daar vullen we dus ook gedeeltelijk de vakanties mee op. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>2 a 3. (Joop Geers, Geers Banden)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Klanten            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Bestelwijze banden | <p>We hebben een klantenbestelling, daarbij is de verkoop ieder voor zich verantwoordelijk voor, die worden ook direct besteld bij de leverancier waar ze op dat moment op voorraad liggen, en ik vul zelf aan dat wat nodig is. Je moet het zo zien dat ik vaak een bestelorder draai van de banden die moeten worden ingekocht, en de banden die rechtstreeks bij de leveranciers gekocht worden bestel ik rechtstreeks, en dan heb ik altijd nog een grote moot met, inderdaad, de Continentals, Michelins, Vredesteins, en die gaan door de molen van iedere leverancier, en daar waar het goedkoopst is, worden ze gekocht. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Nee, ik heb het liefst gewoon altijd de beste prijs, want vandaag heb ik er 4 nodig, morgen wellicht 2 nodig, ja, dan zou ik een euro laten liggen omdat ik er morgen dan maar twee nodig heb, dan heb ik ook mijn leveranciers aangesproken, zo van, ik bestel bij jullie, en dan komen jullie met een goede prijs. Dus dat is wel de handelswijze hoe het hier gaat, maar kijk, als ik bijvoorbeeld 12 banden moet bestellen, bel ik nog wel eens voor een echte prijs, een speciale prijs, maar dat is wel sinds de bestelmogelijkheden en aanbieders veel minder geworden. En ook de grote aantallen. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Ja, alleen maar de platformen. En niet meer bellen. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Dus jullie bellen niet meer met de bedrijven? P: Ja, er zijn een hoop speciale zaken die moeten gebeuren, zoals een speciale maat, of dat ik wat nodig heb wat er niet in staat. Of even vragen wanneer er iets komt, maar dat heb je met een portaal heb je dat. Een portaal is er om de binnendienst te ontlasten, zeg ik altijd. Dus dat moet ook wel allemaal via de computer, anders had je 100 man extra nodig daar. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Meestal bestellen wij extra. B: Oke, en als bijvoorbeeld een functie in het platform komt, waarbij je direct 4 of 8 banden aan kan klikken, zou dat dan helpen? P: In jullie geval zou ik altijd voor 4 gaan, want dat stimuleert de mensen om meer te kopen. (Peter de Jong, De</p> |

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | <p>Jong Bandenservice)</p> <p>Online. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Nee, ik toets gewoon een maat in, en ik heb hier bijvoorbeeld een voorbeeld van een lijstje. Ik begin gewoon bovenaan, dan toets ik de maat in, daar moet ik twee van hebben, en als die er niet is, ga ik verder met de volgende. Dan zet ik hier een kruisje achter, en dan kijken bij een andere leverancier die ze wel heeft. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Bestelwijze banden Vredestein | <p>Dat is wisselend, de ene keer is het via de shop gewoon, en de andere keer is het via een vertegenwoordiger of via de binnendienst. We hebben meestal nog wel eens contact met de binnendienst, op moment dat we zien dat iets via de shop niet leverbaar is, of op het moment dat we zien dat er iets in de backorder schiet, en dat een grotere levertijd met zich meebrengt. Dan bellen we vaak om te informeren, van, is dat nog mogelijk om te vervoeren of hoe het zit. En bestellingen via de vertegenwoordiger vind meestal plaats in verband met partijen, grotere aantallen die we kopen, of omdat we met prijsverschillen zitten, dat we extern wellicht goedkoper kunnen kopen. En dat communiceren met de buitendienst, en op die manier komen we daar vaak wel uit, om toch met Vredestein handel te doen. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Die bestellen we via het portaal, en via, omdat dat op een gegeven moment, als het in het rood staat, of net beperkt, dus geel. Dan bellen we even op, van hoe en wat. Het kan altijd wel wezen dat het op voorraad is en dat dat niet in de B2B is geregeld qua beschikbaarheid. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Meestal, kijken naar de beschikbaarheid, maar als het geel of rood is, bel ik toch altijd van hoe en wat, want het kan altijd zo zijn dat het op nul staat, maar dat net s' morgens alles aan is gevuld, maar het platform nog niet is bijgewerkt. Dus altijd even bellen. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Volgens mij wordt een gedeelte rechtstreeks besteld, en via de groothandel. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Wij proberen zoveel mogelijk online te bestellen, ja. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Hoofdzakelijk, 90 procent, online. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Momenteel niet via het portaal. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>We werken samen met een Continental en Inter-Sprint, dat zijn onze leveranciers waar wij de Vredesteins vandaan halen. Nee, rechtstreeks niet. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Ja, het portaal gebruiken wij op dit moment. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Eigenlijk kopen we alles online. Alleen het probleem is, het aantal dingen kan ik bij jullie niet online bestellen en dat gaat in principe over de binnenbanden. En die staan er niet in, voor zo ver ik weet. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Als het te ingewikkeld wordt.. Wat ik ook mis, en dan ga ik direct even door, had ik het ook al een keer met Ruud over gehad, het zou wel heel prettig zijn als ik op een simpele manier een besteloverzicht uit kon draaien, dus de banden die ik bestel, online, dat ik in een oogopslag kan zien van, even een printje, een uitdraai, die heb ik besteld, dat komt morgen binnen, dat komt overmorgen binnen of over twee weken. Dat lukt nu gewoon niet, tenminste ik zou niet weten hoe het werkt. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Vredestein kunnen we rechtstreeks bestellen, als ze bepaalde maten niet op voorraad hebben, kijken we bij Inter-Sprint. Dat is een hele grote en die heeft soms nog wel wat meer liggen, en dan, alleen ja, het meest toch bij Vredestein. B: Dus wel direct bij Vredestein? R: Ja, omdat we daar goede afspraken mee hebben. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> |

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                    | <p>Ja, ik ben erg tevreden op de manier hoe ik bij Vredestein kan bestellen. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Via de website. B: En als er dan wat mis is, of iets niet goed gaat, wordt er dan contact opgenomen? E: Ja, dan wordt er meestal gebeld met Vredestein, als er iets gek is, ja. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Online. B: En, op moment dat er online wordt besteld, en er is iets niets, of er is iets met de leverdata. J: Dan gaan wij direct naar Reedijk toe, want ik hoef jullie niet meer op te bellen, om te vragen of er nog iets bij een grote partij weg kan, zoals vroeger wel eens gebeuren. Dan lagen er wel eens 100 banden voor een ander klaar, en dan gingen er 4 af van mij, zeg maar. (Joop Geers, Geers Banden)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bestelgedrag – algemeen            | <p>En op het moment dat ik een particulier zou beleveren, en die staat hier aan de balie, ja, dan maak je keus van, dit is mijn inkoopprijs, daar wil ik een bepaalde marge aan verdienen, en dat bepaald mijn verkoopprijs. Dus of ik aan mijn inkoopzijde dus een euro duurder moet inkopen, ja, met alle respect, dan betaalt die particulier een euro meer aan de verkoopzijde. Alleen die grossierklant, die kijkt gewoon, hetzelfde wat wij doen, die kijkt online bij alle aanbieders hier in de regio en bij de goedkoopste bestellen ze, en die gaan gewoon lopen voor €0,50. Het is voor ons gewoon ontzettend belangrijk om er bij de inkoopzijde al vroeg bij te zitten. Doe ik dat niet, dan leg ik het af in mijn webshop. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Elke dag, elk moment van de dag. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)<br/>Ja, precies. Of dat het... Stel je doet het aan het eind van de dag, vergeet je het voor 17.00 uur te bestellen, en je hebt de klant de volgende dag laten komen, dat heb je foute boel. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Ik kijk altijd naar de auto, naar wat voor type auto het is, want ik weet wel welke band het goed onder welke auto doet. Ook qua slijtage, weet je wel. Als je bijvoorbeeld een Audi Quattro hebt, weet ik dat, geen Vredestein, maar een bepaald merk en type band ga ik daar niet op adviseren. Express, omdat ik weet dat sommige banden problemen geven. Dus dan kijk ik naar, wat is een goede prijs/kwaliteitverhouding, wat wil de klant, dat is natuurlijk ook belangrijk, dus wat zoekt hij, en in welke prijs categorie. Er zijn ook mensen die zijn tevreden met een B-merk, die hebben wij hier ook. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p>                                                                              |
| Bestelgedrag – platform Vredestein | <p>Ja, dan is de bestelling zodanig voor ons akkoord en rond dat we alleen maar hoeven te bestellen, en dan kan het te maken hebben, of met de voorraad van het artikel, of met een artikel wat verkocht is voor een klant die we moeten bestellen. Op het moment dat ik via de shop dan is er niks aan de hand, laat ik het dan zo zeggen. B: Nee, oke. E: En op het moment dat ik via een vertegenwoordiger bestel, ja dan, heeft dat 9 van de 10 keer te duiden met de prijs. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)<br/>Ik denk dat wij ongeveer 50-50 doen, dus vijftig procent online bestellen, en toch nog wel 50 procent bij vertegenwoordigers. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Deze openen we elke keer weer opnieuw. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Ja, ook. Dus als Vredestein backorders heeft, dan kom je dus bij de groothandelaren, of dat we misschien wat kunnen regelen. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)<br/>Nee, dat is meestal meerdere keren per dag. Ja, als er iets speciaal besteld moet worden, en dan meestal de voorraad. Ik probeer het altijd te combineren. Maar je hebt natuurlijk een paar periodes, dan is het zo verschrikkelijk druk, die periode is natuurlijk nou weg, dus nou is er weer rust in de tent, dan gaat het hardstikke goed, en dan probeer je gewoon te kijken van, wat moet ik voor mijn voorraad ook bijbestellen. Maar in die drukke periode, bestel ik wel eens gauw..<br/>B: Zo snel mogelijk natuurlijk. S: Inderdaad, kijk, ik houd natuurlijk wel de verzendkosten in de gaten, 150 euro franco thuis. Dus dat wel, dan bestel ik 2 banden speciaal voor de klant, en dan bestel ik 2 voorraadbanden erbij, een gangbare maat of zo, om geen verzendkosten te hebben. Maar, dat is inherent in het werk, want als het heel druk is zal je</p> |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                         | <p>waarschijnlijk een paar orders per dag zien, en als het zo rustig is zoals het nou weer gaat worden. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, wat ikzeg, ik probeer altijd franco thuis te krijgen, dus ik houd altijd die 150 euro in de gaten. B: Ja, oke. En die 150 euro wordt.., dat maakt dan niet uit hoeveel banden je dan besteld? S: Nee, nee. Als je 1 band besteld boven de 150 euro, is ie franco thuis, een kleintje maatje, ja van de week had ik een bandje van dertig, dertig euro, dan moest ik er twee hebben, dat is dan 60, en dan bestel ik er nog een paar gangbare bij, zodat ik weer boven die 150 uitkom. Maar daar heb ik geen moeite mee, en de relatie, ja, wij liggen in jullie handen. Als jullie zeggen, jullie zijn dealer, en jullie krijgen een rotorting, om het zo maar even te zeggen, zijn wij genoodzaakt om iets anders te gaan doen, want de consument kijkt naar de band, van, op internet kost hij 100 euro, nou dan kan hij bij ons 110 euro kosten, maar geen 120, want dan is het verschil al te groot. Maar, ja, je moet dan feitelijk uit gaan leggen van, ik heb hier een band van Vredestein, die kost 100 euro, rechtstreeks, en ik heb hier een van de parallelhandel, en die kost 98 euro. Dan zegt die consument van, wat voor verschil zit erin? Ik noem het altijd maar de Philips TV van de Philips dealer, en bij de Makro, dus dat zeg ik altijd maar, maar ja, zijn het verschillende producten? Ik weet het niet, maar bij de Makro is hij altijd goedkoper dan bij de dealer. En, wij zijn dan van alle markten thuis, dus wij bewandelen alle twee die wegen, om een serieuze inkooprijs te hebben en een goed gemiddelde te behouden. En als dat gat te groot is, dan gaat dat niet. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Nou, meestal staat het, kijk, ik heb nou net ook gekeken, dan blijft het gewoon de hele dag open staan. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Eigenlijk niet, eigenlijk geen voordeel. In eerste plaats, elke euro telt vandaag de dag, maar ze zijn duurder, maar in de tweede plaats wil ik graag de afspraak nakomen van zoveel banden per jaar, en als jullie die banden dan niet hebben, ja, dan wordt mij de pas afgesneden. (Joop Geers, Geers Banden)</p>                                                                                                                                                                                              |
| Bestelgedrag – Vredestein vs. groothandelaar/concurrent | <p>Ja, nou, dat komt eigenlijk voort doordat wij grossieren, kijk, op moment dat ik die garages niet zou beleveren, dan denk ik, met alle respect, dat ik vertegenwoordigers niet zo vaak aan de lijn zouden hebben als dat we dat nu hebben. En dat komt gewoon, in dat grossierderij zit ik soms op €0,50 vast, dat ik voor €0,50 te duur ben, dat de klant gaat lopen. En dan gaat het echt tot aan die laatste euro, tot aan die laatste cent, en ik moet dan de goedkoopste inkoop hebben omdat ik anders niet mee kan in de verkoop. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Nou, Vredestein is, al zolang wij bestaan, ons huismerk. Dat zal het ook altijd blijven, als het goed is. Het is jammer dat Vredestein niet meer in Nederlandse handen is. Hebben ze eerst 25 jaar belastinggeld bijgelegd, omdat ze steeds verlies draaide, en toen ging het in een keer een beetje lopen en toen hebben ze het gauw verkocht. Dat is dood en doodzonde, maar dat gebeurt met veel Nederlandse bedrijven. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, ja, bij jullie is het wel om de order te bevestigen, krijg je wel twee schermen. Dan denk ik van, haal er een scherm tussenuit. Zo simpel als dat het is. Snelheid is gewoon erg belangrijk. Kijk, er zijn van die mensen die willen tot in den treure bevestigen en bevestigen, ik noem ook altijd het voorbeeld met Windows, in de bovenhoek staat een rood kruis om te sluiten, en dan heb je van die programma's waarbij ze nog een vraag stellen van, wilt u zeker dat u dit wilt verwijderen, daar heb ik een hekel aan. Ik ga speciaal naar dat kruis toe om het te verwijderen, je moet alleen zorgen dat er een achterliggende prullenbak is, dat je het terug kan halen. Maar dat zit dus voor mij onlogisch in elkaar, om dergelijke vraagstellingen te stellen, en daar is dit er een van. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, je hebt meerdere merken naast elkaar, dus je moet het zo zien, een klant die belt en moet een prijsje weten van een band, ik kan zo selecteren op prijs, en zeg dan van C-budget dit, B-budget dat, A-budget dit. Oke, nou die klant zegt dan een budget, of vraagt specifiek naar een merk, en bij Vredestein zit je natuurlijk wel gebonden aan.. B: Ja, wij bieden op ons portaal alleen onze eigen producten aan. J: Je zou het zo moeten zien, in ons programma, wij zitten aan deze kant van de balie, zou ik dus van Vredestein, van</p> |

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                   | <p>Continental, van Michelin, allemaal losse portalen open moeten hebben staan om dan maar net die band te vinden, en als de klant nou net geen Vredestein wil hebben, dan vervalt de zoektocht op die site. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Wat ik van Vredestein verkoop, komt bij jullie vandaan, dat probeer ik, alleen door de snelheid, laten we het zo zeggen, als ik bij jullie 2000 banden koop, zouden het er 3000 kunnen zijn, omdat ik ook wel eens 's middags banden nodig heb. En ik ook wel eens misgrijp omdat de 205/55 R16, dat zijn dan de hardlopers, en dan weet ik dat er vanmiddag een auto komt, maar ik moet 's ochtends die banden monteren, dan bestel ik bij Van der Ban, en dan komen ze 's middags, voor dezelfde prijs. En daarop zou je je platform op in moeten richten. Daar komt wel wat bij kijken, want dan moet je ook deals gaan maken met vervoerders en dergelijke. Ik heb het wel eens met de vertegenwoordiger over gehad, dat jullie ook van die speciale netwerken hebben, wij hebben dat voor Bridgestone ook gedaan, die had op een gegeven moment dezelfde issue, zeg maar. Toen waren wij ook zo'n service punt, en daardoor hadden wij banden liggen voor Bridgestone, en die brachten wij dan weer naar andere bandenspecialisten, je was dan een speciale dealer. Toen brachten wij ze rond, dat is niet zo moeilijk, wij doen ook grossieren. Het is mogelijk, want de vraag is er gewoon. En je moet natuurlijk, ze zijn heel hard bezig om van Vredestein een vraagmerk te maken, en dat willen ze ook allemaal, maar dan zou je dergelijke zaken gewoon voor elkaar moeten hebben. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Dat ligt eraan, in principe ben ik heel loyaal aan mijn leveranciers, alleen als er hele grote prijsverschillen in zitten, of backorder.. ja, dat komt bij de groothandelaar vandaan. B: Ja. E: En de klant heeft maar 1 belang, en ook jullie belang, en dat is gewoon dat hij de banden krijgt, en het interesseert hem niet of die de Vredesteins van Vredestein krijgt of van de groothandel. Hij wil gewoon die banden hebben. B: En natuurlijk voor de best mogelijke prijs. E: Ja, zo simpel is het. En dan kan ik wel zeggen, Vredestein heeft ze even niet, maar dat interesseert hun helemaal niks. Dan tover ik ze dus ergens anders vandaan. Maar in principe is het gewoon de loyaliteit naar Vredestein, en naar iedere leverancier gewoon hoog, kijk ik zie Inter-Sprint als leverancier van Michelin, Continental en een aantal B-merken of private labels. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>In principe kan je op alle sites waar je besteld hebt, in de historie zien wat je besteld hebt. En je kan ook zien wat er wel of niet op voorraad ligt. Bij Inter-Sprint is het heel makkelijk, als het er niet in staat, is ie er niet, en bij Vredestein geven ze een blokje rood of oranje aan, of er nog 2 liggen, of met een datum erbij. En dat is bij alle sites wel zo, bij Hankook bijvoorbeeld, is dat ook zo. Dat is overal gelijk, alleen de manier waarop verschilt nog wel. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> |
| Bestelgedrag – hoeveelheid orders | <p>Kijk, als ik met de bestellingen bezig ben, dan.. en ik doe de voorraadbestedingen, dan bestel ik een keer per dag. Dan zijn dat meerdere artikelen, dan heb ik hem de rest van de dag niet meer open staan. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ligt eraan, twee bandjes, vier bandjes, zes bandjes, en bij een drukke periode met voorraad, doen we 20 banden, en dan voor ons is het makkelijker om er even naar toe te rijden, dan te laten bezorgen. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Voorraad, ja. En als er een keer een speciale bestelling is, dan bestel ik hem apart. Ook wel online, maar dan gewoon vier bandjes. Ik probeer altijd iets meer te bestellen, in verband met levering, vind ik makkelijker. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Bestelplatform – algemeen         | <p>En dat is aan de ene kant het mooie van de webshop, je geeft alles transparant door, je geeft je voorraad door en je geeft je prijs door. En op het moment dat je verkoopprijs niet goed is, is zo'n klant al weg. Zo'n klant belt ook niet op, en zegt, luister, je bent €0,50 te duur, kun je nog wat aan die prijs doen. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>En vroeger had je nog telefooncontact, en kon je dat tijdens die verkoopsgesprekken wel merken, van, daar zit iets niet goed, daar moeten we wat extra's doen, maar dat klantencontact hebben we natuurlijk nu niet meer, dus dat betekent gewoon dat je met je prijs gewoon goed moet zitten. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bestelplatform Vredestein                     | Zoals offerte maken, dat gebruiken we helemaal niet. Er zit ook iets in om offertes te maken, maar dat gebruiken wij in principe niet. Maar je zou het kunnen gebruiken, maar dat vind ik niet zo heel spannend. (Bate Wijnja, B&O Bandenservice)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Voordelen bestellen Vredestein                | <p>Dat is gewoon een kwestie van, dat je bij dat merk rechtstreeks besteld. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Ik vind de aftersales erg goed van Vredestein zelf. Als er iets is, bellen we de vertegenwoordiger even op, en dan lossen we het samen altijd op. En dat is gewoon heel fijn, en heel belangrijk. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>En daardoor doe ik alleen de banden van Vredestein via Vredestein. Kijk, en sommige collega's weten niet dat wij nog een korting krijgen bovenop de prijs wat op de website weergegeven wordt, en dan kiezen sommige collega's voor de goedkopere banden bij Inter-Sprint of Reedijk. En ik weet dan de kortingen, maar mijn collega weet dat dus niet, en dan gaat hij sneller naar Inter-Sprint, omdat die zogenaamd goedkoper is, alleen de korting die Vredestein er vanaf haalt, weet hij dan niet. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Bestelplatform Vredestein - zoekmogelijkheden | Ja, dat is genoeg. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Bestelplatform Vredestein – makkelijker maken | <p>Het is al vrij makkelijk, je moet gewoon even wennen om er mee om te gaan, en dat de voorraad beter wordt. Niet dat de incurante maten, want die zijn er volop, terwijl de courante maten..</p> <p>B: Dat die eigenlijk te weinig zijn?</p> <p>R: Ja, dat die eigenlijk te weinig zijn. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Nee, het is gewoon een, het aantal kliks is voldoende om ervoor te zorgen dat wij als bedrijf zijnde, niet zeggen van, we hebben wel of niet besteld, of we hebben iets verkeerd besteld. Dit is voor mij gewoon een extra controle, in die kliks. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Ja, kijk, de snelheid is natuurlijk heel belangrijk, en dan zie je natuurlijk de programmas die ontwikkeld worden, dat is te zwaar voor de hardware die wij eigenlijk allemaal hebben staan. Dus dan loop je al tegen de feiten aan. Dus al je een heel modern programma ontwikkeld, dan wordt het gewoon te traag voor ons. Omdat wij met de hardware ook al achterlopen als bedrijf zijnde. Dus als het dat dat een beetje in de maat blijft. Verder is het zo simpel mogelijk maken. Kijk, wat ik mij altijd verwonder, is bijvoorbeeld een ordernummer op een factuur te krijgen, ja.. ik weet maar amper waar ik het in moet vullen. Want als je het op de orderregel zet, wordt het niet weergegeven op de pakbon. Hetgeen wat ik ingeef, zeg maar, dat wil ik zien, en op het moment dat mensen de bestellingen brengen, dat je ziet van, kijk, dat is van die order geweest. Dat is op dit moment een hele wirwar. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Bij jullie vind ik, dat portaal wat je nu hebt, heb je nog niet zo lang, een jaar of twee zeg maar, het is alleen, het duurt wat lang, dan zit je naar zo'n rondje te kijken de hele tijd. En als het dan winter is, erg druk, en bij jullie dus ook heel druk dan duurt dat rondje nog wel even wat langer. En dan heb je snel vergelijkingsmateriaal bij de andere platforms. Je hebt ook bedrijven die hebben dat perfect voor elkaar, dat is twee keer klikken en het is klaar. Dat is moeilijk, dat weet ik, maar dan vind ik, als Vredestein zijnde, moet je daarin meegaan. Maar goed, er zijn ook andere merken, die het nog veel slechter hebben en nog veel groter zijn dan jullie, dus je hoeft je niet te schamen, maar hoe sneller dat het is, hoe makkelijker het is. Het moet gewoon in twee keer klikken geregeld zijn, zo. B: Ja, daar zijn we ook druk mee bezig, binnen een maand of twee zal het platform versneld worden, we wouden het al geregeld hebben, maar er kwamen wat zaken tussen. Dus daar zijn we absoluut mee bezig en ook met de mogelijkheid om niet al die bevestigingen door te gaan. P: Ja, het moet gewoon sneller. Je moet nu drie keer aan het eind bevestigen, ja dat is eigenlijk twee keer te veel. Je zult vast wel eens mensen hebben die te snel drukken, maar goed. Wanneer er een fout is gemaakt met bestellen kan er altijd contact worden gezocht met de vertegenwoordiger van Vredestein. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Nee, verder heb ik geen problemen. De snelheid is natuurlijk het probleem, het is al wel beter geworden, maar het is nog steeds een drama. Je ziet nog steeds, nou moet ik er</p> |



|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | <p>even naartoe lopen. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, loop maar mee. Dit (cookie melding) staat nog steeds in beeld. Dan denk ik van, dat heb ik een keer gezien, dan klik ik dat aan, met 'ja' en dat wil ik niet iedere bestelling weer zien. Het opstarten gaat nu redelijk snel, omdat het niet al te druk is. Maar cookies, ja, dat moet er gewoon uit. Dat is gewoon heel storend, en dan denk ik van; dat gaat toch standaard uit? Dit is verder wel duidelijk, kijk, die tubes staan er wel in, maar dat is niet altijd even makkelijk. En dat ligt misschien wel aan mij, maar nu wil ik gewoon een 400/8 bestellen, wat doe je dan? Dan selecteer je maar op alles, en dan gaat ie zoeken op alles. Dan geeft ie dit aan: geeft ie een error aan. Dus.. tubes.. hier hebben ze dus al iets in gewijzigd, maar hij doet het nu helemaal niet. En dat is dus ook net nieuw, want meestal dan bel ik maar, want dat gaat sneller dan dat ik moet gaan zoeken van, waar vind ik alles. Dus dat is natuurlijk probleem. En als je dan besteld hebt dat draai ik graag een lijstje uit. Kijk, we kennen het allemaal, intersprint. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>We krijgen wel eens vragen naar binnenbanden (tubes) en dat soort dingen, en dat kan ik nog niet goed online bestellen. B: Nee, dat klopt. Dat zit er nog niet goed in. R: Dan bel ik meestal even met een van de dames. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Nee, ik denk dat online bestellen de snelste methode is, en als ik een keer wat bijzonders heb, dan neem ik contact op met Bernie. Als er een prijsje gemaakt moet worden of een aantal, dan neem ik altijd contact op met Bernie, de vertegenwoordiger. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Nou, kijk, als ik vier banden bestel, bijvoorbeeld 4 van deze.. vier.. en dan doe ik ze in de winkelwagen, dan zitten ze in de winkelwagen, dan ga ik naar bestellen, dan kan ik het orderregelcommentaar invullen, dan zeg ik verder, en dan afrekenen, dan controleer uw bestelling, en dan moet ik bevestigen. Dat zijn wel een aantal stappen die ik moet doen. B: Ja, en vindt u dit te veel stappen? E: Ik vind het te veel stappen, ja. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Het moet veel sneller, er moeten een boel stappen tussenuit. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> |
| Bestelplatform – FTP Files (stock files) | <p>Wij werken met FTP files, per stock files, ik weet niet of je daarvan op de hoogte bent. Dus op moment dat ik een artikel nodig heb, dat is voor ons eigenlijk al de eerste stap, of ik nou een consument aan de balie heb staan, of ik heb een weborder die ik binnenkrijg van onze klanten, want wij leveren namelijk ook naar.. wij grossieren ook, dus op moment dat ik dan met 1 druk op de knop zie, tussen al die aanbieders, dat Vredestein hem heeft liggen, dan hoef ik alleen maar in te loggen en hem te bestellen. Dus ik heb eigenlijk, ook weer, als je dat vergelijkt met 6/7 jaar geleden, toen had ik 10 webshops van verschillende partijen open staan, moest je bij iedereen inloggen, bandenmaat intoetsen, kijken wie het goedkoopst was, kijken wie de aanbieder was, en nu kan ik met 1 druk op de knop zien, van, wie het artikel op voorraad heeft. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>En ook voor welke prijs, ja. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Nee, doordat wij grossieren, ontvangen wij dus niet alleen van jullie, maar zoals je hier ziet, ontvangen wij die stock files, en aan de hand van die stock files wordt ook mijn externe voorraad in mijn webshop gedisplayed. Dus op moment dat ik een artikel niet op voorraad heb, wordt wel de voorraad van de externe aanbieders gedisplayed, vandaar dat ik ook die inkoop prijs nodig heb om mijn verkoopprijs te genereren. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Voorraadstatus Vredestein                | <p>Nee, die is prima. Kijk, bij alle partijen zijn wel eens artikelen niet leverbaar, of verplaatst dat, en we zien dat altijd bij de wisselperiode, dus de periode die we nu zo goed als achter de rug hebben, maar dat is niet alleen bij Vredestein, dat is eigenlijk bij alle merken, dus dat is.. daar kun je de een niet harder op afvallen dan de ander, dus, ja. Dus nee dat valt reuze mee. En zeker als we kijken, wintergerelateerd, als iemand is die kan leveren, dan is over het algemeen de dekking van Vredestein ontzettend goed. Heel veel partijen werken nog altijd met pre-orders, en op het moment dat je niet pre-ordert, of de pre-orders uitgeleverd zijn, dan zie je vaak dat de productie, zeker als periode al is toegefallen, dat op moment dat de producten er niet meer zijn, ook gewoon niet meer gaat binnenkomen in die periode. En Vredestein blijft gewoon veel langer doorproduceren. Dus het aanbod is ook veel groter in die periode. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Wat voor ons een ontlichting zou zijn, wat wel prettig zou zijn. Wanneer wij iets in de backorder plaatsen, of wanneer wij iets bestellen, dan komt het nog wel eens voor dat wij zien in de shop dat het op voorraad is, dat wij er vanuit gaan dat die de dag erop geleverd wordt, maar vervolgens die levering niet plaats vindt. En we hadden dat recent met een winterband, dan blijkt het in die tussenperiode, van daadwerkelijk bestelmoment tot het uitleveren, het artikel toch in de backorder is geschoten, en de leverdatum dat opschuift, zonder dat wij dat weten. Dus wij verwachten eigenlijk dat het artikel morgen komt, maar het artikel komt dan niet, en dan ga je kijken van, waar blijf dat dan, en dan zie je uiteindelijk, als je inlogt in de shop, van.. het artikel is in backorder geschoten, levertijd is over twee/drie weken. Nu hebben wij, bij verschillende partijen, onder andere bij Michelin, ontvang ik elke ochtend een email met daarin de artikelen die ik die dag geleverd ga krijgen, en ik ontvang ook een email waarnee er artikelen qua levertijden verplaatsen. Dus stel ik zet een band erin, in de backorder, en dat artikel wordt over drie weken geleverd, en de levertermijn wordt of vervroegd of verlaat, dan krijg ik een informatiemelding, van.. luister eens, het artikel zou eigenlijk volgende maand komen, maar het komt volgende week al.. iets in die trant zou wel prettig zijn, zeker in de winterperiode, omdat je dan gewoon meer kunt sturen naar je.. en naar je voorraadbeheer en naar je verkoop die openstaan. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Meestal is dat op een langere duur, meestal heb ik ook wel die hardlopertjes op voorraad liggen. En mocht het zo zijn, dat ik een telefoontje van de dames krijg, van hoe en wat, en het gaat in de backorder, of wat dan ook, dan zorg ik wel dat ik hier altijd wat heb liggen, dus dat is geen probleem. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Ja, ja, dat ligt weer niet aan jullie programma. We moeten zelf opletten, wanneer we besteld hebben, krijgen we keurig een antwoord wat geleverd gaat worden, en wat de leverdatum is. Maar ja, in de vluchtigheid, zou je misschien kunnen zeggen, dat alle backorders in een bepaalde kleur weergegeven worden, bijvoorbeeld rood. Dat heb je soms ook bij andere programmas, van: rood.. Dan heb je al een trigger van, oh dat is backorder. En nou gebeurt het wel eens, dan kijk je maar half, want dan is het druk. En dan kom je er twee dagen later achter van, die banden heb ik helemaal niet gezien, en dan staat ie in de backorder. Dat zou misschien ook nog een verbeterpuntje zijn, door de backorders in een kleur weer te geven. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, tezamen met de backorders onder controle houden, dat is ook belangrijk. Anders komen die aantallen niet uit, want dat is gewoon zo. 175/55 R15, T-Trac, ja, heel populair maatje, maar backorder. Dus ja, ik denk dat we die al langere periode ergens anders hebben gehaald, want we kunnen niet verkopen van, we hebben ze niet. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Nee, ik heb wel een opmerking. Dat vonden wij dit jaar heel erg bij jullie, de backorders. Die datums verschoven steeds. En daar kunnen wij niks mee, want wij hebben dan banden, en het is heel tegenstrijdig, ik weet hoe het werkt bij jullie hoor, maar wij geven dan aan, wij doen zoveel banden bij jullie, op een gegeven moment halen we dat niet, en elke bandenboer die dat niet haalt krijgt hetzelfde, van, ik heb banden nodig, maar ze waren er niet. Dat is dan niet zo erg, dat is het mooiste wat er is, dat je een vraag krijgt, maar dan moet de datum die bij jullie in de site staat, moet dan wel kloppen. En wij zien heel veel die datum veranderen, want komt het de fabriek niet goed uit, en dan willen ze even wat anders maken, maar dat komt, dat heeft met jullie capaciteit te maken, jullie maken meer dan dat je ruimte hebt, zeg ik altijd maar, maar daardoor moet je keuzes maken, dat begrijp ik. Maar wanneer je iets in de computer zet, daar hebben we die computer voor, dan zeg ik ook tegen die meneer van, twee of drie weken of maand staat het erin, dan moet dat ook wel zo zijn. Op deze manier kan het gewoon niet meer. Je kan niet meer zeggen.. en dan belde we, en dan is het antwoord, ja, er verandert wat, omdat er vraag was naar 205/55 R16, want daar zijn er 600.000 van nodig in een half jaar, maar ja 235/45 R17 hadden we er maar een paar honderd van nodig, dus dat hebben we even doorgeschoven. Dat zal die man die die band nodig hebt niet uitmaken, wat voor auto of band dat hij heeft. Dat kan gewoon niet meer. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | <p>Die is niet altijd optimaal. Over het algemeen heb ik er niet te veel te klagen over. Wat ik wel lastig vind van de voorraadstatus is, bijvoorbeeld, ik had twee weken geleden, verkocht ik 175/45 R14, ten eerste vind ik dat een zeer kwalijke zaak dat die niet altijd op voorraad zijn, want die zijn bij de brokers, liggen ze in massa's, en dat is een artikel die je gewoon niet kunt maken om niet op voorraad te hebben, want dat is een hele hardloper. Dat is een bandje die overal en nergens onder zit, in de kleinere sferen, Dan kon ik dus zien, bijvoorbeeld deze, nou staat deze op jullie... ik moet de T-trac hebben, maar ik noem maar een voorbeeld, nou staat hij hier op oranje, en ik kan gewoon geen banden verkopen, tenminste met een levertijd van drie weken. Ik kan zo met 1 druk op de knop bij Inter-Sprint, want die heeft ze op voorraad. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Ja, dan heb je ze morgen binnen. Maar wat ik wil is aantallen, want wij hebben een deal met Vredestein, dus ik wil dat graag bij Vredestein gaan orderen, ik heb dat ook gedaan, dus die klant heeft van mij al 4 banden gekregen, kan die zich in ieder geval redden, maar nou blijkt dat ze binnen een week toch leverbaar zijn. Dat is niet handig, dat is commercieel gezien gewoon niet handig. Dat hadden zij toch moeten kunnen zien. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Dat is belachelijk, want ze waren er gewoon met 1 week, want dat zag ik toevallig, want ik bestelde bij, en toen was ook de ordering niet goed genoeg, want ik dacht.. huh, ze zijn er al wel, want ik bestel elke dag, zoals ik net zei. Dus toen zag ik dat op een gegeven moment, en toen dacht ik.. nu zijn ze wel leverbaar? En dat was maar een week later, dus ik denk dan bestel ik er nog 4 bij, maar die werden ook het eerst geleverd. Die andere 20 of 30 niet. Dus ook dan in de ordering gaat dat niet goed, want die 4 komen eruit, en die andere dus niet, ik moet zien of ze er al zijn, misschien zijn ze nog niet eens geleverd. Dat is niet goed, want dat blokkeert dus je commerciële zaken. Had ik dus geweten, dan kan ik nog makkelijker... kijk, ik heb er dus voor gekozen om bij Vredestein die banden te kopen, maar iemand van mijn collega's had direct bij Inter-Sprint gehaald. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Zoals hier, comtrac 2 All season, nieuw band, gepromoot, ik koop een basis van die banden, zet ik ze meteen in het schap, de eerste zending heb ik gehad, en daarna kan ik ze nooit meer bestellen, want ze zijn er eigenlijk meestal niet. En in dit geval heeft Inter-Sprint mazzel, want die heeft ze dus ook niet staan, maar.. het gaat niet altijd op, maar heel lang hebben zij het dus wel gehad, want die heeft ook direct een hele partij van die banden gekocht, en dat hadden ze gewoon niet moeten doen. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Ja, en er is wel iets met die site, want laatst moest ik banden hebben, ik weet de maat zo niet meer, toen kwam er in beeld dat ik ze in juni pas zou krijgen, en dat was een paar weken terug, en vervolgens, even nadenken, en toen keek ik de volgende dag weer, en toen waren ze ineens leverbaar. (Joop Geers, Geers Banden)</p> <p>En dan ben ik geen klager hoor, ik ben heel flexibel, maar ik vind het ook vreemd, als ik 175/65 R14 T-Trac bestel.. backorder.. nou, het is niet anders, dus bestel ik er 6 bij Reedijk, vervolgens blijft die backorder open staan van vier weken of zo, en vervolgens komen de banden eerder, en wat staat er op die banden? Dat ze in 2016 geproduceerd zijn. Ik denk, dan begrijp ik niet waarom het backorder was. (Joop Geers, Geers Banden)</p> <p>Die kunnen dat zo zien, wat ik per jaar aan Vredestein doe, want is dat dan wel een apart verhaal geworden, natuurlijk. Ik vind sowieso apart dat jullie die banden niet hebben en Reedijk wel. (Joop Geers, Geers Banden)</p> <p>Hoe jij het ook zei, ik vind het raar als banden in backorder staan, en dat je ze dan banden binnen krijgt en dan uit 2016 zijn. (Joop Geers, Geers Banden)</p> |
| Functionaliteit bestelplatformen | <p>Nee, niet alleen, dat is ook bij meerdere. Want dan heb je, je kan bijvoorbeeld regelcommentaar geven, dat is helemaal prima, maar dat wordt dus niet afgedrukt op de pakbon. Dan heb ik er heel weinig aan. Want ik ga niet terugkijken in de systemen. Dus, dat is eigenlijk wel makkelijk, je zou eigenlijk een invulveld moeten hebben, of in ieder geval alle invulvelden, die zou ik terugwillen, maar dat is persoonlijk, wil ik zien op de pakbon. Nou moet ik eraan denken van, waar moet ik dat invullen. Nou heb je ordercommentaar, dus heb je maar een paar posities, dus kan je niet alles invullen wat je wilt. En je wordt altijd helemaal gek van een order in de mailbox, en een verzendlijst, en</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | <p>nog een keer dat ze onderweg zijn, en nog een keer een pakbon. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Prijzen, beschikbaarheid, eventueel een calculator met een eigen calculatie mogelijkheid. Op moment dat ik mijn klant bel, van ja, die band heb ik, zie ik mijn eigen prijs, en kan ik ook gelijk zien wat de prijs voor de klant is. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Maar ik had al gezegd, daar moet je gewoon een oplossing voor verzinnen, want dat is niet meer van deze tijd. Dus je moet niet erin zetten dat ze dan komen en dan zelf de datum veranderen. Dat gaat niet. En dan nogmaals, dat is wat je zo goed voor elkaar moet hebben, dan is zo'n klik naar zo'n Inter-Sprint en Van der Ban zo snel, want ik druk gewoon op een knop en 's middags heb ik ze binnen, want die hebben zij wel liggen. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>De nettoprijs en de voorraad, dat is het belangrijkste. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>wij zijn groothandel in banden, wij verkopen niet aan de balie, banden in ieder geval niet, die gaan puur naar de garages toe. En de garage wil altijd de nettoprijs weten. Met banden wordt niet meer met brutoprijzen gewerkt. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Functionaliteit platform Vredestein | <p>Nou, dat het basis is, in de zin dat het voor iedereen toegankelijk moet zijn, en dat het de informatie bevat wat je nodig hebt. Doordat wij zelf ook zo'n webshop hebben laten bouwen, kregen we als commentaar, zeker in die beginfase, ik moet wel 10 keer klikken om daadwerkelijk die band te bestellen. En, dus je moet heel veel facetten doorlopen, eerst aan het winkelwagentje toevoegen, dan krijg ik weer een overzicht, is dit wel het juiste, en dan bevestigen en nog weer een keer bevestigen, dus ook voor ons is vaak de snelheid daarin geboden, en dus, met zo min mogelijk klikken tot het juiste resultaat komen. Ik moet zeggen, dat dat bij Vredestein goed op orde is. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Voor de rest, over het platform zelf, over het functioneren, hebben we denk ik geen klachten, het werkt goed, en er staat duidelijk in wat het moet zijn, en wat het is, dus ik denk dat dat prima functioneert. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ja, zeker weten. B: Maar dan moet er nog wel een bevestiging achter zitten, van, ik wil deze banden? K: Ja, dat is wel fijn. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Ja, bestelling, backorders kijken en wat er in de backorder staat. Eventueel wat er besteld is. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, en wanneer er dan leverdatum bij staat. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Hoe minder ik hoef te klikken, hoe beter. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Nee, ja, ik was even door de site aan het scrollen, hoe dat die in elkaar steekt. Het is wat dat betreft een erg duidelijke site. Hij is ook redelijk snel. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Nou, dat lijkt me duidelijk, gewoon klikken, dan kom ik in een hoofdscherm waar automatisch 195/65 R15 ingeprogrammeerd staat, nou ga ik expres even een andere maat invoeren, laten we zeggen, 175/65 R14. Die slash en die R is ook niet perse noodzakelijk he, omdat het zo als voorbeeld staat. Nou gaat hij wachelen, en nou geeft hij weer, 1 juni leverbaar is die band. Dat is goed. Dus voor mij is dit helemaal prima. (Joop Geers, Geers Banden)</p> |
| Verbeterpunten platform Vredestein  | <p>Ik moet eigenlijk zeggen, ik weet niet of het nu al mogelijk is, want daar heb ik me eigenlijk nog nooit mee bezig gehouden bij Vredestein, maar, het zou nog wel eens makkelijk zijn als ik een artikel op leverdatum kan kiezen. Ik weet niet of die mogelijkheid er nu eigenlijk al is.. Dus daar bedoel ik eigenlijk mee.. B: Sorteren op leverdatum. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Laat ik het dan zo zeggen, stel dat ik nu wat zou bestellen, en het is op voorraad, dan heb ik het morgen in huis. Alleen, wat voor ons gewoon een belangrijke sector is dat</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>grossieren, doordat wij die garages ook beleveren, en zij hebben bij mij wel de mogelijkheid om op datum te selecteren. Dus het gebeurt dat al drie weken in het voren gepland wordt, en dan heb ik het hele magazijn vol liggen met banden die ik geleverd krijg, terwijl ik die pas over drie of vier weken uit moet leveren. Maar ik moet ze voorfinancieren, want ik krijg die factuur voor die periode al, en tegen de tijd dat mijn klanten de factuur krijgen, hebben ze nog een betalingstermijn van dertig dagen, dus uiteindelijk ben ik twee maanden aan het voorfinancieren, totdat ik mijn geld krijg. En dan zou het wel makkelijk zijn om te zeggen, van, ik kan dat bestellen in de shop, maar ik kan aangeven op welke leverdatum dat wens te ontvangen. Dat zou wel een.. B: Precies, ja. E: Dat zou een toegevoegde waarde zijn. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ja, dat de incurante meer voorraad heeft dan de courante maten. Diegene die bekijkt hoe, en wat, moet echt uit de praktijk komen, om ervoor te zorgen dat de klanten genoeg voorraad hebben. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Juist, en de bandenmaten zijn tegenwoordig zo verschrikkelijk groot, tenminste, de hardlopers moet je gewoon voorrang geven op de incurante maten. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Bestelbevestigingen via de mail zou ik niet interessant vinden, want ik krijg veel te veel mail. Maar zo'n lijst, waarbij ik zelf kan controleren wanneer ik het nodig vind, met referenties erbij, met bijvoorbeeld klantnaam of kenteken erbij. Dat zou gewoon perfect zijn, dan is je systeem feitelijk waterdicht. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Maar goed, inderdaad, de verwachte levering, dat is op zich wel een fijn iets. Maar om voor alles dan een mailtje te krijgen.. Misschien ook niet, maar dat kan ook gewoon online in je besteloverzicht. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Maar als ik zou mogen kiezen, zou ik dan kiezen voor een systeem dat, als ik het nodig vind, zeg maar, vanuit deze vestiging, een montage oogpunt, die band heb ik nog niet gezien, check, wat is er mee? Wat is de status? Uitlevering dinsdag om 15.00 uur. Dat overzicht zou fijn zijn, als je het zou willen verbeteren. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Nee, niet echt, kijk, iedereen heeft een persoonlijke gedachte over, dat heb ik ook, alleen dan denk ik, de een wilt het zo, de ander wilt het zo, en als je bij nummer vijf bent, die wil dan weer hetzelfde als de eerste. Dus ik ben altijd van, maak het gewoon voor iedereen flexibel, zodat iedereen ermee kan werken zoals ze willen. Een pakbon of orderbevestiging hoef ik niet te hebben, want bij de levering zit alsnog een pakbon. Nou, dan heb ik de rest allemaal niet nodig, want dat vind ik onnodige belasting. Dat is niet precies bij jullie programma, want qua bevestigingen en dergelijk heb ik zo niet helemaal duidelijk hoe dat bij jullie gaat. Kijk, bij jullie als ze nog uitstaan, dan ben ik het al kwijt. We hebben bijvoorbeeld Tyres In Stock die doen echt: bestel order, moment dat het verzonden wordt, moment dat het nog een keer in Nederland is, dus dan krijg je eigenlijk vier mailtjes voor een bestelling. En dat hoef ik allemaal niet. Ik wil gewoon bestellen, kijk, dat het achteraf te controleren is, dat is helemaal prima, maar om het gewoon simpel te houden, voor mij persoonlijk: bestellen en bij levering zit er dan toch een pakbon bij. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Ja, dat is altijd handig uiteraard. Of ik er dan heel veel gebruik van zal maken, ik denk het wel, want het is natuurlijk hardstikke handig, en dat is natuurlijk wel met software, alles is te maken, je kan het niet bedenken of het is te maken. Alleen het moet niet zo'n zwaar programma worden, dat het programma te traag wordt. En nou zie je dus ook, je tikt een maat in, en dan gaat hij laden, en dan krijg je van die zwarte blokjes allemaal.. je zit nou echt te wachten. En hoe zwaarder dat ze dat programma maken, hoe langer wij moeten wachten, en dat is iets wat wij niet willen, gewoon omdat wij met hardware altijd achter de feiten aanlopen. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Dat je wat langer moet wachten. Dat drie keer klikken aan het eind, want ook ik heb dan wel eens dat je vergeet te klikken als het heel druk is, en dan worden die banden niet besteld. En ik zou de mogelijk bieden over hoe er geleverd moet worden, qua tijd. Ik weet gewoon dat dat werkt, we zijn allemaal anders, sommigen willen altijd om 8.00 uur die</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>banden hebben, en die vinden het niet erg om daarvoor te betalen, dat is goed, als je die keuze hebt gemaakt, Steenbergen weet dat ook van tevoren, die heeft ook die keuzemogelijkheid, en dan heb je niet later die discussie. Maar je hebt ook bedrijven die het helemaal niet erg vinden om 1 keer in de week geleverd te krijgen. Hier in Zuid Holland is het anders dan het noorden van Groningen, want die hebben misschien wel zoiets van, bestel die banden maar gewoon en ik wil op vrijdag 1 auto met alle banden hebben, ook goed. Dus dat biedt mensen zelf de mogelijkheden om de leveringen te ontvangen. Altijd goed. En ik denk ook dat het, dat je, als je een groter merk wordt, dat vind ik wel belangrijk, en andere merken hebben dat ook, dan zou je echt ook serieus na moeten denken om per dag te kunnen leveren. Dat is al wel meer aan de orde. Jullie worden natuurlijk ook groter, gelukkig voor jullie, het gaat allemaal heel goed, en ze willen ook naar eerste montage, daar zijn ze ook al mee bezig, dan wordt als eerste verwacht, vanuit het merk van de eerste montage, KIA of BMW of wat van, ik ga niet naar de bandendealer, zorg jij dat er per dag geleverd wordt? Dat doen al die andere ook, daar zou je nu ook al in kunnen springen. Dan leg je ook gelijk die link weer naar dat, wanneer wil je ze geleverd hebben. En dat heeft voor- en nadelen, dus als je ziet, wanneer je om 10 uur 's ochtends of de volgende dag, of ze liggen dan in een depot, dat je vier plekken in een land maakt, of een bandenboer die dat wil doen. Dat is wel de toekomst, daar moet je wel naartoe denk ik. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Dat is toch wel een banco, want dan moet je weer mensen gaan bellen en ik denk dat het de bedoeling is dat het telefoonverkeer minder wordt en dat mensen meer online bestellen. Dan moet je wel zorgen dat het programma ook alles aan kan. En dat missen we gewoon. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, leverdata krijg ik er nu wel uit, maar zo hoort het niet. Het moet gewoon een hele simpele knop zijn van, print bestellingen. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Nee, vind ik niet belangrijk. Kijk, moment dat ik zo'n band bestel, en ik zie dat die in backorder staat, en de levertijd ergens over anderhalve maand, ga ik verder kijken, want ik wil die banden gewoon hebben. Dat is wat mij betreft geen probleem. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, dat je in het voren kan plannen met bestellen, dat is voor ons niet zo interessant. Ik bestel gewoon naar behoefte en we gaan daar nu wel in veranderen, want wij zullen wel iets meer in bulk gaan kopen, maar dat vind ik niet spannend, dat ik er nu een bestelling in kan zetten voor de komende maanden, zou misschien wel voor winterbanden kunnen zijn. Dat doe ik nu veelal via Bernie. En die zet ze er dan in met een leverdatum. Maar dat zou, voor die winterbanden een mogelijkheid zijn, voor zomerbanden vind ik dat niet zo spannend. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Nee, kijk, ieder platform heeft zijn voor- en nadelen, en je leert er mee om te gaan. Het is niet het meest gebruiksvriendelijke, maar wat is gebruiksvriendelijk? Ik kan er prima mee werken. Op die paar dingen na waar ik van zeg: snelheid is belangrijk, die (cookie)button mag er wel uit, de dingen die ik net opnoemde zijn voor mij belangrijk, maar de buurman zegt misschien wel van.. ja, ik vind het allemaal wel goed zoals het nu werkt. Zo heeft iedereen zijn eigen ding, en ik denk dat je nooit een website gaat bouwen die voor iedereen goed is, want: wat is klantvriendelijk? Wat voor jou klantvriendelijk is, is voor mij niet, of omgekeerd. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ik weet niet of het te maken heeft met het systeem of met de internetverbinding hier, maar het is traag. Daar hebben we meer last van, maar daar heb ik ook last van met andere programma's, dus dat kan ook aan ons systeem liggen. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Ik denk dat mensen die de webwinkels ontwikkelen, weinig tot geen rekening houden met bedrijven die een server hebben met wat werkstations eraan, dat die programma's te zwaar/te groot worden. Want wij hebben een heel simpel kastje hier staan, met wel een groot scherm inmiddels, maar je kan hier niet alles op doen, als je bijvoorbeeld YouTube aanzet, dan gaat het al te snel. Dus de zwaarte van het programma, daar zitten we wel mee. Ook met andere merken en andere dingen. En je wilt natuurlijk zo'n mooi mogelijke graphics en zo erin hebben, maar in zo'n bedrijf als dit werkt dat niet echt zo. Het moet gewoon simpel en doeltreffend zijn. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Het zijn gewoon iets te veel handelingen die je moet verrichten. E: Ja, dat is voor ons eigenlijk het enigste. P: Het zijn gewoon veel handelingen, ook wanneer je het vergelijkt met Inter-Sprint. En het duurt ook heel lang voordat die verder gaat, dus de snelheid is ook niet de beste. E: Ja, hij moet zoeken naar al die banden, dat zag je net wel. Dat is ook iets wat bij Inter-Sprint beslist niet gebeurt. P: Bij Inter-Sprint, je zoekt banden en hij Sprint ervoor, en bij Reedijk net zo. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Ja, precies, maar het is al wel een stuk sneller, en als jij op de snelle manier.. je weet, als wij Vredestein bestellen, dan gaat 99 van de 100 keer bij jullie, en dan moet het gewoon snel zijn, dan moet het goed doorlopen, en helemaal als het druk is, dan heb je niet altijd tijd om er altijd bij te blijven staan, en dat is zonde en heel irritant. En daarom doen sommige collega's toch vaak, ja, dan gaan ze gewoon over naar Inter-Sprint, want dat is natuurlijk.. direct.. en dan komen ze morgen binnen. Snelheid is dan belangrijk. En vooral, in de winterperiode, dan heb je gewoon echt veel druk, en dan moet dat gewoon snel te doen zijn. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>En nou klagen wij al langer, nou zijn wij redelijk loyaal en tolerant, maar ik kan mij een heel veel collega's van mij voorstellen, die zeggen, jongens, bekijk het maar. Dus ik heb gelukkig twee schermen, en het staat open van Vredestein, want ik kan ander werk tegelijk doen. Als ik tijdens het bestellen, ja, dan zit ik gewoon te wachten, daar wordt ik helemaal gestoord van. Dus ik kan tegelijk mijn andere werk doen, want anders dan ga ik niet eens bestellen bij Vredestein, want het is traag, het is een beetje omslachtig, niet een mooi platform. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Er zijn andere leveranciers die hebben 10 maal meer, en het is geladen. En die hebben er veel meer achter hangen. Dus dat is niet.. dat vind ik gewoon zwak. Dan moet de.. ik tik gewoon 2 banden in, en dan moet ik volgende, gaat ie erachter staan (bij productpagina, zoekbalk), dat is onzin, wat moet ik nou doen. Ik moet een handeling doen om opnieuw een maat in te tikken. Dat zijn allemaal kleine stapjes, heeft helemaal geen zin. Ik moet daar een blanco veld hebben. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Precies. Want dat zijn allemaal extra handelingen, dat hoeven wij helemaal niet. Want ik heb hier een klant aan de balie, dan wil ik.. klik, klik, en weg. Want hoe vaak het wel niet gebeurt, dan ben je vergeten, om deze door te klikken. En de volgende dag heb je geen banden. En nu, je maakt een verzamelorder (bij Inter-Sprint), dus je doet dat ook niet elke keer, dat is voor hun ook niet handig. Het moet gewoon in 1 keer, per direct. Dat lijkt mij gewoon de.. een mogelijkheid die moet lukken, die zou moeten kunnen bestaan. Maar het komt gewoon voor dat je gewoonweg vergeten bent om een bestelling te plaatsen, omdat je die laatste klik niet hebt gedaan. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Maar hier kan ik dus, moet ik wel een keer een extra handeling doen, dan ga ik hier naartoe, dan pakt hij hem direct op, en kan ik ook direct een order plaatsen. Dus hier moet ik ook een extra handeling doen. Maar je kan het ook in de winkelwagen zetten, en dan kun je een totaalorder maken. En die kant willen zij dus ook een beetje op, maar wij willen eigenlijk nog liever naar een hele snelle bestelling. Hoe sneller, hoe beter. Ik bedoel dit zo te zeggen, voor ons is dit een leverancier waar we gewoon elke dag bestellen. Iemand die hier 1 keer in de week of 1 keer in de maand een bestelling plaatst, die kijkt er heel anders naar, Maar iemand die er elke dag bestelt, wilt gewoon snelheid. Het moet gewoon snel zijn. En dat is ook denk ik een beetje de clue die speelt bij mijn collega's en in dit wereldje, en als je gewoon trouw bent en een goede klant van Vredestein bent, wil je gewoon een knettersnel systeem. Dan regent het banden bij hun. En dat willen ze graag. Hoe sneller het is, hoe mooier. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>En kijk, alle producenten hebben de zoekopdrachten van banden zonder spaties, zonder tekens, zonder slash, Vredestein ook, maar bij landbouw weer niet, want dat doet ie niet. Dus bij landbouw moet ik dus wel de gegevens intoetsen, 20/70 R28, en nou pakt hij hem. Kijk, eigenlijk begrijp ik dat niet. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>De informatie is goed, je kunt erop gaan staan, hier heb ik dan best wel een stukje informatie, kenmerken, hier heb je dat dus ook hoor, hier staat best al wel veel informatie (op B2B van Vredestein), maar nog niet genoeg. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Vredestein heeft die informatie dus wel, alleen die moeten het iets uitbreiden op de site, dat zou echt heel handig zijn. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | <p>Daar ga je de handel mee verliezen. Het is heel simpel, zij kunnen aan ons gewoon een tiende meer verdienen, want anders ga ik naar Inter-Sprint, en toch heeft die ze weer liggen. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Hij doet vrij weinig, het moet eigenlijk gewoon met 1 druk op de knop zijn. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Ik kan gewoon niet wachten, daarom zei ik al, ik ben blij dat ik twee schermen heb, want anders is dat niet te doen. Dit is op zich allemaal wel goed, je kan het vinden, het zit erin, maar de snelheid.. verder is er niks mis mee. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Maar de manier van zoeken, dat is gewoon traag, dat is onhandig. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>het zou dus handig zijn om dan de technische gegevens van zo'n band erbij te hebben, echt de diameter van band, de afrolomtrek van de band, want zo twijfel ik ook met mijn eigen banden, want dan merk ik dat ze afwijken en ik vertrouw dat dus niet. Want dit is dus.. waar je heel veel mee te maken hebt, zijn auto's met vierwielaandrijving, heel veel, zo heeft Volvo dat, de all-road of off-road, je hebt de Audi Quattro, dat zijn allemaal pertinent 4 wiel aangedreven auto's, zo ook BMW X-drive, maar dat mag niet te veel afwijken qua afrolomtrek, dat mag eigenlijk helemaal niet afwijken. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Ja, je ziet, als ik 1 stap over kan slaan, alles scheelt. Elke stap scheelt. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>En wat ik heel duidelijk aan wil geven, is dat de ervaring en het gevoel waar zitten is ook belangrijk, en daar zit je mee, want dan maak je het gebruiksgemak, dan bestel je makkelijker en meer. Vredestein wil gewoon dat zo veel mogelijk banden verkocht worden, dus ik moet daar geen belemmeringen in hebben. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Het gebruiksgemak, de snelheid van het systeem, allemaal van die kleine dingetjes, waardoor het allemaal praktisch beter gaat werken. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Dus op moment wanneer zij wat aan die prijzen doen, kijk, op zich ben ik wel tevreden hoe Vredestein daar tegenaan kijkt, want die probeert zich best wel in een bocht te wringen om de prijs goed te krijgen, die past het wel aan. Zeker in een drukke periode wil men dat, want een belletje, en het is geregeld, we worden het altijd wel eens, alleen er zijn er een heleboel, die zijn niet zo loyaal, die hebben die drukte en in combinatie met het trage platform en het lange bestelproces, en die kiezen dan voor iemand anders voor 1 of 2 euro, terwijl Vredestein dat ook wel voor die prijs wil leveren. Zorg dan dat dat in dat kastje voor dezelfde prijs staat, en niet zonder de korting. Want zoals Inter-Sprint, zo zeg ik altijd, ik heb het gevoel dat die achter knoppen zit, die stelt daar de prijzen bij, het lijkt alsof er iemand achter een mengpaneel zit om de prijzen aan te passen. Zo is het daar echt. Dat kan bij jullie ook, zij kunnen dat echt wel hebben. Alleen moeten die prijzen wel in het scherm worden getoond. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> |
| Reclamevormen Vredestein        | <p>Nee hoor, dit was prima. Hardstikke mooi al die reclame vormen die er echt uitspringen ten opzichte van de andere merken en eigenlijk kan alles wat je wilt, dat kan bij jullie, dus dat is super. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Maar Inter-Sprint is dus heel direct en direct bereikbaar. En dat mist Vredestein een beetje, ze moeten als bedrijf iets dichter bij de markt zitten. Dan voelen ze dat ook. Kijk, en daar had ik het gister nog over, hebben ze een hardstikke mooie campagne bedacht, het #ROCKTHEROAD-verhaal, ikzelf vind het fantastisch, maar hadden ze van tevoren al kunnen bedenken, iedereen had dat kunnen bedenken, dat het heel veel meer geld gaat kosten dan dat het opleverd. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Verbetering aanpak naar dealers | <p>Ja, ik heb wel eens geroepen, de vorige keer tegen jouw collega, als ze slim zijn, zouden ze gewoon 1 keer in het jaar, bijvoorbeeld, of bijvoorbeeld 1 keer per half jaar, even met een paar mensen om tafel, en je gaat even zitten zoals wij nu met elkaar zitten. En soms is dat.. En om het bij te schaven, stel nou ze hebben morgen iets veranderen, het blijft veranderen. En ze moeten nu een hele grote stap maken, maar elk jaar moet je tegen het licht houden van, wat kunnen we bijsturen, en als je dan met 2 of 3 bij elkaar zit, te brainstormen, kom je veel verder. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Wij moeten met die websites werken, en als het niet werkt, dan gaat het niet. Maar sowieso heb ik dat geroepen van, het is gewoon handiger als je 1 of 2 keer per jaar even</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>zegt van, ik ga een paar mensen uitnodigen, en wat mij betreft in Enschede zelf, maar je gaat even met een paar mensen om de tafel heen zitten, en puur in de praktijk van, wat kunnen wij nou bijsturen, en dan kom je ergens. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Ja, gewoon met de mensen, met gewone mensen, die elke euro met smerige handen moeten verdienen. Kijk, vertegenwoordigers hebben natuurlijk best veel contact, maar ook destijds, wij zijn First Stop dealer geweest, en daar hadden we dus ook een platform, waar we 1 of 2 keer per jaar even met een clubje mensen om tafel gingen, even een hapje eten, en we bespraken dan wat onderwerpen, en dan gingen we met iedereen brainstormen. En er is verschrikkelijk veel informatie die je heel makkelijk kan verzamelen op dat moment. En wat First Stop, of Bridgestone, wat die deden, soms dan zeiden wij, dit lijkt ons wel wat, en dan reageerden zij erop, dat is gouden informatie voor beide partijen. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>En zeker voor zo'n onderwerp, daar zou je een hele middag voor uit moeten trekken, even een moment pakken, en niet met een hele vergaderzaal vol, maar met een klein groepje, even het een en ander bespreken. Dat zou voor Vredestein gouden informatie opleveren. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Markt                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trends en ontwikkelingen van de markt | <p>We merken natuurlijk in de loop der jaren, dat er steeds meer ontwikkeld worden, zeker ook met die levertijden, wat ik al zeg, 5/6 jaar geleden had ik bepaalde leveranciers die ik maar twee keer in de week geleverd kreeg, dat ging vervolgens over naar dagelijks, waarbij voorheen zo was dat ik minimaal 20 artikelen moest bestellen om een levering te krijgen, dat is eigenlijk ook allemaal achterhaald. En het is zelfs zo, dat ik vanuit meerdere partijen, vanuit twee partijen, ik ook nachtleveringen ontvang. En eenerzijds zou je zeggen van, is dat dat nodig, zit er altijd die spoed aan, maar nee, die spoed is niet altijd daar, we bestellen ook niet onze voorraadartikelen op die nachtlevering, maar het gebeurt toch nog regelmatig dat de klant, zowel een grossier als een consument die aan de balie staat, een lekke band of een kapotte band heeft, en op moment dat je dat dus 's nachts kan laten komen, kun je 's ochtends om 8.00 uur die klant helpen. In plaats van, dat Express of Steenbergen of wie het dan ook is, om 's middags om 17.00 uur nog een keer komt aanzetten, want dan heb je geen 1 dag levertijd, maar 2 dagen levertijd, als die dat dan zo laat pas komen brengen. B: Ja, precies. E: En ik weet niet in hoeverre rond de ontwikkelingen daarin op dit moment al bij jullie mogelijk zijn, of misschien wel in ontwikkeling zijn, maar.. Dat is voor ons absoluut wel een toegevoegde waarde, zo gezegd. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Wij doen nagenoeg alles online. Als we tegen iets aanlopen in de systemen, als ik het zo mag zeggen? B: Ja, systemen inderdaad. K: .. pas dan gaan we bellen. B: Oke. K: Dus alleen in noodgevallen. Tegenwoordig zijn de platformen gewoon zo goed ingericht, er is zoveel keus. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Ja, je zit met die Europese markt, die half open ligt, we merken soms dat er banden uit Duitsland komen, dat er een hele andere prijs aanhangt dan wanneer wij ze in Nederland moeten kopen en verkopen. Dat is iets wat we nog wel zien, en daarnaast merk je dat er een grote lading banden uit Indonesië en China komen, en India geloof ik ook, en Turkijë, alleen is daar de kwaliteit niet altijd even goed. Het is geen slechte kwaliteit, maar je merkt wel dat er per productieserie een verschil in kwaliteit zit. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Ik denk dat iedereen online besteld, toch? Ik zou proberen, nog meer via de computer te kunnen doen. Zodat mensen ook via de computer kunnen aanklikken of de rekeningen op een brief, of digitaal. Je kan bij jullie alles er al uithalen, als je in de historie zoekt. In de winter zie je wel dat de backorders altijd heel erg omhoog gaan, maar dat zie je overal, maar dan heb je zoveel te laden, dan ga ik niet 10 minuten wachten om dat te zien. En wat je dan ziet, en dat is zo belangrijk om je platform punten op orde te hebben, de groothandels zoals een Van der Ban en een Inter-Sprint, die hebben dat gewoon beter voor elkaar. Die hebben als die distributie van,</p> |

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                             | <p>als je nu besteld, krijg je het vanmiddag, die zijn daar veel sneller in. Die hebben die banden ook liggen, en die prijs is ook gewoon hardstikke goed. Dus ze zijn jullie al voor. Je moet eigenlijk zorgen dat je hun voorblijft. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Een aantal klanten besteld online, de nieuwere klanten (jongere generatie), maar zeker bij de oudere is het probleem. Ze kijken best op internet op het artikel en eventueel de beschikbaarheid, maar ze durven het eigenlijk niet te bestellen, waarom niet? Als het mis is, is het hun fout. Ze hebben liever dat wij het verkeerd doen, want dan moeten wij het probleem oplossen. Dat is de angst van het internet bij de, een aantal garagisten. Voor ons is het geen probleem. Wij zijn gewoon gewend om niet meer naar een telefoon te grijpen, kost te veel tijd voor jullie, kost veel te veel tijd voor ons. Want we willen nu bestellen, en niet het moment dat het ons allebei uitkomt. Dus dat.. Telefonisch bestellen of per fax bestellen is zo minimaal wat wij doen, dat zijn inderdaad de mensen die dan nog geen website hebben waar we kunnen bestellen, maar anders gaat het allemaal online. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, facturering en zo gaat ook allemaal online nu. Allemaal via.. wij hebben zelf ook naar de klant toe ook mogelijkheid tot automatisch incasso, en bijna elke klant krijgt nu de factuur per mail. De papierenwinkel wordt minder. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Ja, zeker wel. Maar goed, ik ben de jongste niet meer, en bij de VACO-samenkomsten, daar hebben ze het iedere keer over, dat het belangrijk is dat mensen je online kunnen vinden (SEO, SEA). Dat mensen ons kunnen vinden, daar hebben we niks over te klagen, want we hebben het altijd druk. (Joop Geers, Geers Banden)</p>                                                                                                                                                                                                                       |
| Trends en ontwikkelingen van de markt – telefonisch contact | Ja, dat doen we wel eens natuurlijk. Maar meestal ben ik dan onderweg. Wanneer ik op de vestiging ben, doe ik eigenlijk alles online. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Trends en ontwikkelingen van de markt – prijzen             | <p>En daar kunnen wij niet aan meedoen natuurlijk. Wij krijgen ook vragen als, ja op internet is alles goedkoper, dat is logisch, alles wat je tegenkomt is goedkoper dan bij ons. Sterker nog, wij moeten duurder zijn, anders redden we het niet. Dus als het op internet 100 kost, dan moet het bij ons 110 kosten. Het gat mag niet te groot zijn. En dan heb je een groep, dan koop ik het wel via internet, prima. Daar kunnen we nooit iets aan verdienen. En die internetsites helpen elkaar allemaal naar beneden, dat ze daar niet slimmer in zijn. De een rekt 100, de ander 99, de andere 98, en als ik dan zeg, oh, dan ga ik 97 rekenen, want ik verkoop niks, en dan zegt bijvoorbeeld Bandenmarkt, ik moet ook weer zakken, dus ja, als ik die verhalen hoor, net zoals bepaalde sites, die hebben nog nooit iets verdiend, sterker nog, dat kost ieder jaar geld, dan denk ik van, jongens kom op. En zij zitten wel onze marges te verzieken. Wij moeten er wel rekening mee houden. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Budget. Dat is echt te merken. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Ja, maar dat is veel meer op prijs gericht. Kijk, het internet is natuurlijk hardstikke mooi, aan de andere kant, alle prijzen liggen op straat, iedereen kan het zien. Dus dat is het nadeel van internet, maar dat draaien we niet meer terug. En dat moeten we ook niet willen, maar dat is natuurlijk wel het probleem. Maar daar zitten wij, in de automaterialenwereld, niet alleen mee, ook de televisieleveranciers en de wasmachineleveranciers, alles ligt op straat. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, ik weet niet of het gaat veranderen, maar ik ben benieuwd hoe het gaat met die webwinkels. Het zijn eigenlijk de grootste concurrenten, grote webwinkels uit Duitsland die banden aanbieden, en die dan voor prijzen, belachelijk lage prijzen. En daar worden wij altijd mee geconfronteerd, en dan baal je natuurlijk. Dan komt de klant met: ja, maar daar kan ik ze voor zoveel euro kopen. En ik hoop dat dat nog een</p> |

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                            | <p>keer aan banden wordt gelegd, want dat is wel heel vervelend, maar dat heb je met meer producten, dat heb je ook met remmen en ook met radio's. Dat zijn allemaal dingen die.. alles is altijd op internet goedkoper, volgens de klant dan. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Trends en ontwikkelingen van de markt – Apollo Truckbanden | <p>Nee, nou gaan ze bij jullie die kant op om de Apollo vrachtwagenbanden direct te verkopen, ja dat is natuurlijk voor ons een doodsteek. Heel simpel. Komen ze wel van terug. Nee, maar daar zitten wij niet op te wachten natuurlijk, dat transporteurs rechtstreeks kunnen bestellen. Ja, die kunnen rechtstreeks bestellen, prima, maar leveren via de dealers. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Kijk, ik vind het niet erg als ze rechtstreeks bestellen, als wij maar een creditnota krijgen, dan prima, maar als ze rechtstreeks gaan leveren, ja, dan zitten ze natuurlijk onze ruiten in te gooien, heel simpel. De eerste aanvaring hebben ze daar al, want dat is gewoon zo dat je zegt van, we gaan Vredestein maar eens boycotten. Dat hoop ik, ik hoop dat ze heel veel Apollo's verkopen, vrachtwagenbanden, perfect, maar wel via het dealerkanaal natuurlijk, via ons. Maar nogmaals, ik kan dat niet sturen, ligt echt aan de organisatie. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>ik vind wel dat het, ja, het gaat wel heel erg goed met jullie, zeg maar, alleen er worden zoveel producten gemaakt en dan is het jammer.., ze moeten wel opletten wat ze doen, zeg maar. Ze roepen bijvoorbeeld al 5 jaar dat Apollo truckbanden komen, en ja, dat heb je natuurlijk al meer gehoord, dan moeten ze dat natuurlijk niet online gaan verkopen, want dan ga je kwaad bloed zetten, dan gaat dat geen.. dan gaat dat gevoel wat iedereen heeft met Vredestein, van het is een Nederlands merk, en het is Hollands, het is allemaal zo gezellig, die loyaliteit wat jullie dan hebben, wat jullie verdiend hebben in 20 jaar, dat ga je dan weggooien natuurlijk. Want als er dan een ander merk naar je toekomt, weet ik veel, Goodyear of zo, en zegt, ik doe alles bij jou, of weet ik veel wat je doet, maar je hebt altijd iemand nodig om ze te monteren. En of dat dan de facturatie van die band particulier gaat.., maar dat bedrag van factureren, iemand moet dat doen, jullie kunnen dat niet voor iedereen, dat moet iemand doen, dus heb je ons alsnog nodig, ja dan moet je die wisselwerking mee hebben, zeg maar. En daar moeten ze een beetje voorzichtig mee zijn, maar dat zullen ze denk ik nu ook al wel begrijpen. Er waren al wat klachten geweest, zeg maar, ja dat werkt gewoon niet. En dat gaat überhaupt niet werken hoor, het online verkopen van truckbanden, want dan heb je ook service nodig, en dat gaat niet online. Dus je hebt altijd een bandenboer nodig. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> |

| Concurrenten                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bestelplatformen concurrenten/groothandelaren | <p>En andere fabrikanten hebben dus daar speciaal gecodeerde banden voor. Dunlop of Goodyear of Michelin met een ster-aanduiding voor BMW, daar zit gewoon een BMW-aanduiding op, dus die houden rekening mee dat die een exacte afrol hebben, maar als wij gegevens hebben van zo'n band kan ik dat vergelijken, en dat wordt steeds belangrijker. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Bestelplatform concurrent Michelin            | <p>Michelin die heeft dan wel de mogelijkheid dat ik op datum kan bestellen, laten we Michelin even in vergelijking erbij houden, zij hebben dan, het file wat ik ontvang bij wijzigingen, qua leverdata, en dat is wel prettig. Als je wilt kan ik je daar eventueel wel een voorbeeld van sturen hoe het eruit ziet. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Goed, qua shop zelf, werkt de shop van Michelin niet sneller dan die van jullie werkt, dus wat dat betreft is dat eigenlijk vervelender, en Michelin heeft gewoon veel meer artikelen in een bepaalde bandenmaat, dus het doorfilteren tot het uiteindelijke artikel wat je nodig hebt, duurt bij Michelin langer, dan dat bij jullie. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ja, klopt. En, ik heb zo bij Michelin eigenlijk niet iets vergelijkbaars als bij jullie, ja wat ik al zeg, ze hebben zo veel meer artikelen, dus het wordt er voor ons niet makkelijker op om dat te zoeken en te filteren. Bij jullie is het eigenlijk, is het gewoon goed op de rit zeg maar. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Michelin doe ik helemaal niets meer mee. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                            | <p>Michelin zijn wij te klein voor. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Die beginnen bij 10.000 banden per jaar, daar zijn wij te klein voor. Dus wat mijn baas heeft gezegd van: prettige dag verder, en hij liep weg, daar doen wij niet aan mee, dat is onzin. Dat vind ik ook onzin. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>Michelin kopen wij bij Inter-Sprint, maar ik merk nu al dat het terugloopt, bij ons wel tenminste. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Bestelplatform concurrent Continental      | <p>Michelin doe ik geen zaken mee, nee maar zoals Conti.. Continental, zij hebben ook een e-commerce, en de vorige was makkelijker te bedienen dan de nieuwe. En de vorige e-commerce van Vredestein was gewoon kort, en deze, de nieuwe is wat uitgebreider, en daar moet je gewoon aan wennen. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Continental is een drama, als ik er al een keer mee werk (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bestelplatform concurrent Hankook          | <p>Bij Inter-Sprint is het heel makkelijk, als het er niet in staat, is ie er niet, en bij Vredestein geven ze een blokje rood of oranje aan, of er nog 2 liggen, of met een datum erbij. En dat is bij alle sites wel zo, bij Hankook bijvoorbeeld, is dat ook zo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Bestelplatform groothandelaren             | <p>Alleen als ik niks bij Vredestein kan krijgen, dan kom ik bij de groothandelaren terecht. De hoeveelheid hoeveel ik daar bestel, houd ik gewoon op een lijstje bij. Die neem ik gewoon naar een vertegenwoordiger mee, en, van kijk, dit is er allemaal misgelopen, omdat.. het niet op voorraad was, of het stond in de backorder, of er was weer wat mee, of wat dan ook. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Bestelplatform groothandelaar Van den Ban  | <p>Ja, of Van den Ban. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Het is gewoon super easy om een band te bestellen, je kan gewoon binnen dertig seconden een bestelling er in zetten. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Bestelplatform groothandelaar Inter-Sprint | <p>Ja, wat bijvoorbeeld makkelijk is, ook al mag je misschien niet naar anderen kijken, dan is Inter-Sprint, qua computerinrichting, qua inrichting van het portaal het mooiste wat er is. Daar blijven we ons over verbazen, dat er wereldwijd weer merken zijn, dus Goodyear of Bridgestone, dan zit ik nog steeds naar dat rondje te kijken, en dan kom ik bij Inter-Sprint, en dat is perfect, maar dat is altijd al perfect geweest. Maar die doen als bevestiging, dat is al bevestigd, en dan krijg je daarna de vraag hoe je de banden geleverd wil hebben. En dat is ook voor hun een bevestiging. Dan krijg je drie keuzes, of je krijgt ze morgen, wat mensen ook willen, het mooiste is dan, daar zal ik altijd voor gaan, dat je mensen de mogelijkheid biedt van te voren, om ze eerder te leveren, dat vereist ook wat van diegene die de banden leveren natuurlijk, maar goed, al zou iemand voor een hele speciale maat, die daar 20 euro meer voor moet betalen, maar hij moet ze om 8.00 uur 's ochtends hebben, zou ik altijd aanbieden, dan heb je nooit die discussies dat je de binnendienst, moet je maar eens vragen hoeveel er wel niet gebeld wordt, hoe laat komen mijn banden, dat hoor je de hele dag natuurlijk. Soms is het wel eens lastig, want wij willen ook graag horen dat jullie zeggen dat het voor 14.00 uur geleverd is, ja, dan is die auto hier ook wel eens om 16.00 uur, door file of wanneer die vol zit en er is iets niet goed gepland, ja, dat is nou eenmaal niet anders. Maar als je van tevoren die keuze maakt, dan heb je dat probleem niet. En dan is het niet erg als de banden duurder zijn, want je hebt wel eens gevalletjes waarvan je zou willen dat die om 08.00 uur voor de deur staat. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Inter-Sprint, dat heb je natuurlijk ook heel veel mee te maken, ja dat werkt gewoon heel prettig. Die mensen hebben dat echt gewoon goed voor elkaar. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>In principe zie je alleen wat op voorraad is, en wat binnen 3-4 dagen leverbaar is. Maar zoals jullie dat ingekleed hebben, van; levertijd over 2 maanden, vind ik prima, want dan weet ik waar ik aan toe ben, en dan kan ik beslissen, wil ik ze wel of niet in backorder of niet in backorder zetten. Dus dat vind ik wel prettig. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Ja, hij is sneller. En zij hebben natuurlijk alle merken. Ik kan ook gauw zien, als hij ook</p> |



|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | <p>niet op voorraad is bij Inter-Sprint, heb je altijd een lijst met alternatieven. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p> <p>(Inter-Sprint) als ik nu die banden moet hebben.. zoek.. dan heb ik ze hier ook in beeld, als ik nou 4 aanklik, en ik zeg bestellen, dan ben ik al klaar. Eigenlijk gaat het drie keer zo snel. En als ik wel orderregelcommentaar bij wil zetten, dan kan ik dat bij openstaande orders nog altijd even doen. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Als ik nu zeg, bestellen, en ik ga naar openstaande orders, en ik zeg dat ik die er weer uit wil hebben, dan kan ik ze gelijk weer op 0 zetten, en dan zijn ze er weer uit. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Want als ik hier, iets invul, en dan opnieuw wil zoeken, springt hij automatisch op blanco (Inter-Sprint). En zo kunnen we nog wel een hele boel zaken behandelen. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Als je dus bij Inter-Sprint of die andere kijkt, die klik je in, en meteen knalt ie een bestelling in, maar die telt ie bij elkaar op, je krijgt die wel in een factuur gewoon. Dus van die dag wordt dat een dagfactuur. Dus er komen niet allerlei verschillende facturen, maar die verzamelt het op 1 factuur, maar op het moment dat ik op '4' druk en klik (op bestellen) zit hij er direct in, en kan ik hem ook terug zien bij orders. Dus ik zal niet zeggen dat dit allemaal waardeloos is, maar het gaat om snelheid, snelheid, snelheid. Hoe minder handelingen, hoe beter. Gewoon met 2 klikken moet het klaar zijn. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Kijk, dit is dus cruciaal, dat ik in ieder geval iets in kan voeren (orderregelcommentaar), tijdens een bestelling. Ik ga hier even naar toe (Inter-Sprint), laten we dat maar als leidraad pakken, dat kan ik dus hier dus al doen, dan vul ik twee banden in, en ik kan hier direct mijn referentie invullen en ik druk onderaan de bladzijde op bestellen, en dat is door middel van 1 klik, dus dan sla je een heleboel stappen over, en ik kan nog steeds mijn referentie invullen. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> |
| Bestelplatform groothandelaar Reedijk    | <p>Dat is bij Reedijk anders geloof ik, even zien, ik ga even naar mijn andere portaal toe. Ik zit inmiddels online hoor, bij jullie ook. Bij Reedijk moet ik dan, als ik nog niks besteld heb die dag, dan moet ik eerst even op mijn bureaublad een website aanklikken, en dan kom ik direct in het hoofdscherm, waar ik direct de bandenmaat ik kan voeren, 205/55R16, en dan op &lt;ENTER&gt;, dan krijg je direct alle merken in beeld die zij verkopen, en dan hoeft ik alleen maar het aantal in te vullen en dan ga ik naar bestellen, en dan doorvoeren. Dus dat scheelt niet zo veel, dat scheelt niet zo veel, nee. (Joop Geers, Geers Banden)</p> <p>Nee, als ik dan 4 invoer, en ik ga naar bestellen, dan kom ik in het volgende scherm, en dan moet ik op bevestigen drukken. Daar kan ik mijn naam ook invullen, of een andere naam. (Joop Geers, Geers Banden)</p> <p>Dat geloof ik wel, zal ik dat eens proberen? Ik ga nou niet bestellen bij hun, maar.. even zien, ik toets zo maar even wat in.. de bovenste.. 4 stuks.. bestellen, dan kom je dus in het bestelscherm terecht, zo heet dat dan, en daar kan ik een referentie invullen, en dat kan mijn eigen naam zijn, maar dan kan ook een klant zijn natuurlijk, als ik de naam wil noteren. En dan kan ik op een vakje klikken 'verder gaan naar bestelling', dat is bij jullie ook geloof ik, en ik kan klikken op 'bestelling bevestigen', dan heb ik ze direct morgen op de stoep liggen natuurlijk. Dat is vrij normaal lijkt mij, dat zijn dingen, daar denk ik nooit bij na. (Joop Geers, Geers Banden)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Bestelplatform groothandelaar Bohnenkamp | <p>Even kijken, dit is een andere site, dat is dus deze.. en die heeft gewoon een verschrikkelijk mooie shop, heel informatief gewoon, deze gaat ook.. dit zijn landbouwbanden zeg maar, en daarbij zie je ook direct alle technische informatie, met daarbij alle gegevens van die band. Dat vind ik gewoon zo'n verschrikkelijk mooie site (<a href="http://www.bohnenkamp-benelux.com">www.bohnenkamp-benelux.com</a>). Bohnenkamp is dat. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p> <p>Want als ik deze pak (Bohnenkamp), daar staat gewoon alles op: standaard gewicht van de band, de afrolomtrek, dat hebben we daar wel, de breedte van de nokken op de band, de hoogte van de nokken, alles. (Bate Wijnja, B&amp;O Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Functionaliteit                          | Ja, wij kunnen hier wel in, ik kan het wel even laten zien. Wat we bijvoorbeeld, als je                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| groothandelaar Inter-Sprint                   | <p>hier.. Hier heb ik gewoon een overzicht van de bestellingen. Ik kan gewoon altijd nakijken wat besteld is en wanneer. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Ja, van de laatste week. Kijk, en dit is altijd wel fijn om terug te vallen op het platform waar dit in staat. (Bastiaan Kooy, Banden XL De Baronie)</p> <p>Ja, jullie zouden eigenlijk een beetje moeten kijken naar Inter-Sprint dan, want dat werkt echt super snel, en dat is ook heel makkelijk als je het heel druk hebt. Even heel snel versturen, hup, hup, klik, klik, klaar. En bij Vredestein is het echt, weer volgende scherm, volgende scherm, volgende scherm, ja. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> <p>Nee, ik vind dat van Inter-Sprint het allermakkelijkste werken. En als ik bijvoorbeeld Reedijk pak, die is ook al weer iets omslachtiger, kijk, daar zie je dan ook alle.. ik heb nou truckbanden gedaan, en dan moet je ook gewoon 4 doen, en dan bestellen, maar dat doe ik nou niet, want dan heb ik het al besteld, maar dat gaat ook redelijk snel. Maar dat van Inter-Sprint gaat het allermakkelijkste. (Erik Kalk, Kalk Banden)</p> |
| Voorraadstatus groothandelaren                | Nou, Reedijk en er zijn meerdere die dat gewoon hebben. En die hebben de producten dan gewoon liggen, maar het moet gewoon niet mogen, dat zeker in dit soort cruciale maten, dat iemand anders het wel heeft liggen en zij zelf niet. Dat moet gewoon niet mogen. (Bate Wijnja, B&O Bandenservice)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Voorraadstatus groothandelaren Inter-Sprint   | Mocht ik ze vandaag bestellen, heb ik ze vannacht in huis. B: Oh, dus jullie krijgen ook nachtleveringen? J: Ja, en als ik het echt heel gek wil maken, kan ik ze via Continental vandaag nog hebben. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Functionaliteit groothandelaar Reedijk Banden | Dit is bijvoorbeeld de site van Reedijk Banden, en hier kan ik helemaal zelf samenstellen wat ik wil zien. Je kan hier in schuiven en het zo gek mogelijk maken hoe jij dat wilt. Wil ik de runflats zien, of sorteren op EAN. Wacht eens even, EAN, die staat er bij Vredestein niet in. Dat zou wel een goede zijn, om EAN code erbij in te stellen. Waarom EAN? Als ik mijn banden inkoop, kan ik dan met EAN code, en dat zou het zoeken bij Vredestein net wat sneller maken. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

| Slot                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relatie - algemeen     | <p>Wij vinden dat op het moment dat, laat ik het zo zeggen, het klikt tussen de vertegenwoordiger en het klikt tussen de personen die op de binnendienst zitten, dat dat voor ons ook nog echt wel bepalend is of je met die partij zaken doet, ja of nee. En, nou, wij hebben bij Michelin heel veel wisselingen gehad de afgelopen jaren, qua verkopers in de buitendienst, en dat heeft ook als resultaat dat je continu wisselingen ziet in je inkopen, met welke partij je zaken doet. Mensen die de afspraken niet nakomen, dan ben je al sneller geneigd om te zeggen, weet je wat, zoek het maar uit, ik heb jullie nou drie keer de kans gegeven, en als je dan niet doet wat er gezegd wordt, dan ga ik op zoek naar een andere partij. En daarbij is met alle partijen waarmee wij zaken doen, is met Vredestein veruit de meest prettige samenwerking. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Alleen we merken ook bij bepaalde partijen, dat wij soms het idee hebben dat wij soms een te kleine speler zijn voor hun, of niet interessant zijn. Er wordt dan van alles beloofd, en wordt uiteindelijk niet waargemaakt, of emails worden niet teruggekoppeld, telefoontjes worden niet beantwoordt. En dat lijkt me eigenlijk niet meer van deze tijd om op die manier zaken te doen. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> |
| Relatie met Vredestein | <p>Het contact met de binnendienst is ontzettend goed, en het contact met de vertegenwoordiger is ook ontzettend goed. We merken bij heel veel andere partijen, dat er heel veel wisseling is qua verkoop.. buitendienst, maar zo ook binnendienst, En dat je eigenlijk geen binding meer hebt, op dat moment, met zo'n partij. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ja, dus dat loopt goed, dat is ontzettend prettig. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ja, het is goed. Als er wat is, dan even bellen of wat dan ook. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Wij weten de juiste persoon te bereiken, als er wat is. Wij zitten hier onder de rook</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>van de fabriek, dus als er wat is of wat dan ook. Of als wij wat zien of merken aan Vredestein, banden, of wat dan ook. Dan is het een telefoontje en de juiste afdeling staat hier. Of de testing, R&amp;D, informatie centrum, als er wat is, een telefoontje en het wordt geregeld. (Roy van der Meij, Gebr. Van der Meij)</p> <p>Nee, goed, ja, ik zet altijd tegen Ruud ook altijd, kijk, alles ligt in jullie handen, wij hebben niks te vertellen, wij zijn een kleine zelfstandige, wij zitten onderaan de ladder, en wij moeten beschermd worden door jullie. Dus wij willen, het mooiste vind ik altijd, tenminste, als ik Vredestein zou zijn, zou ik een dealernetwerk hebben door heel Europa, en dat zouden mijn verkooppunten zijn. Want wij verkopen hier natuurlijk rechtstreeks aan de eindverbruiker, en wij verkopen het merk wat wij willen, niet wat Vredestein wil. Nee, wij verkopen hier voor 70 procent het merk wat ik wil, dus als ik vandaag zeg, ik doe geen Vredesteins meer, dat kan ik gewoon sturen. Dus wij moeten beschermd worden, dat vind ik altijd, de dealer zou de beste condities moeten hebben. Kijk, en je ziet gewoon de tendens Vredestein, dat snap ik, die banden worden geproduceerd en geproduceerd, en dan gaan ze voor een rotprijs naar de groothandel, en ja, dan krijg je die parallelhandel, dan krijg je die prijsverschillen. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>En dan worden wij genooddaakt, en nou is het de laatste jaren, is dat wel beter onder controle moet ik zeggen, dus, dan worden wij genooddaakt om bij wijze van spreken, om bij de groothandel in te kopen. Maar wij worden wel afgerekend op aantallen per jaar. Want daar zit een inkoopconditie aan vast. Dus dat is erg tegenstrijdig, maar dat is al zolang dat ik de banden zit. En dat zal waarschijnlijk altijd zo blijven als ze die policy blijven voeren. Dus ik zou liever hebben dat ze die groothandels aan de kant schuiven en alles via de dealerkanalen verkopen. En die dealers in die kanalen, kan je dan best strak zetten. Je kan best zeggen, je moet minimaal 700 of 1000 banden verkopen, of 500 banden om Vredestein dealer te zijn. (Barry Snepvangers, De Snep Zundert)</p> <p>Er is hier altijd een vertegenwoordiger over de gekomen, heel consequent, en eigenlijk hebben wij altijd eigenlijk de boot afgehouden. Waarom? De voorgaande profielen, de T-Trac waren geen profielen die hier in de regio verkocht worden. De voorgaande, de Sportrac 2 en zo, was ook niet het profiel wat moest lopen. Maar sinds de Sportrac 5, sinds het lijnprofiel is het een volwassen band geworden, en ik denk dat het grootste verschil is. Wij hebben hier dan een goede constructie zodat we hier de banden op voorraad kunnen leggen, dat hebben we in overleg gedaan met Continental dan, maar wij mogen hier zelf hier en daar in schikken, dus dat geeft ons het voordeel van een voorraad. En wij merken wel dat dat bij klanten goed in de smaak valt. De relatie zelf, ja, garantiegevallen, die er dan zijn, worden gewoon afgehandeld. Ja, die ene met de Comtrac hebben we gehad, maar dat was met een blaas, en die hebben ze gewoon vergoed. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> <p>Ja hoor, heel goed. Ja super. Altijd al goed geweest. (Peter de Jong, De Jong Bandenservice)</p> <p>Nou, die relatie, we doen nu denk ik 33 jaar zaken met elkaar, dus die relatie is wel goed. Het probleem is gewoon, en dan kom je weer op internet uit, ook voor jullie, de hele tijd worden jullie prijzen ondermijnd door de groothandelaren, daar is Vredestein mede, of zelf schuldig aan, dat dat gebeurt. En dat heeft te maken met de tegenstrijdige belangen: Verkoop NL – Verkoop Buitenland en alle mensen vliegen door elkaar heen. En wat er in Enschede geproduceerd wordt, wat vervolgens de grens overgaat en dan weer terugkomt, die is dan goedkoper, dan dat ik het rechtstreeks in Enschede koop. En dat is het probleem wat er tegenaan hangt, en ja, daar zou je als bedrijf iets mee moeten doen. En dat gebeurt nu ook wel, maar dat is nog te beperkt. Daar zouden ze veel meer bovenop moeten zitten. Wij zijn heel loyaal, dat durf ik rustig te zeggen, maar ik ben er van overtuigd dat er anderen zijn die voor ieder dubbeltje of iedere cent naar de ander vliegen. Eigenlijk schiet je jezelf in de voet, als Vredestein zijnde. Maar daar vechten we al heel lang tegen, dus dat</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | <p>zou ook niet zo snel veranderen. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>De samenwerking loopt gewoon goed. Het is gewoon prettig zaken doen. Dat willen we gewoon, en dat vind ik gewoon belangrijk, mensen waar je zaken mee doet, dat dat prettig verloopt. Het is een win-win situatie, je moet samen de boodschap.. en dat verloopt gewoon prettig. Vandaar dat ik, eigenlijk als enige, nog zaken doe met Vredestein en verder met een aantal groothandelaren, maar niet meer met een Michelin, en niet meer met een Continental. Dat heeft puur te maken met het prettig voelen bij een bedrijf. (Erick van de Belt, G.E.A. Automaterialen)</p> <p>Nee, eigenlijk niet. Als ik bel, wordt ik altijd vriendelijk te woord gestaan. Nee, eigenlijk niet nee. Wij zijn wel tevreden over Vredestein. (Ronald Vissering, Roskamp Automaterialen)</p>                                                                                                                                              |
| Relatie met Vredestein – verbeteren | <p>Nee, ik kan daar eigenlijk zo 1, 2, 3, niet een voorbeeld over noemen. Kijk op moment dat wij ondersteuning nodig hebben omtrent een actie, of met betrekking tot give-away's, zijn er altijd gesprekken mogelijk, op moment dat we met prijsverschillen zitten maken we het altijd kenbaar. En de ene keer kan het wel, en de andere keer kan het niet. Maar de hele samenwerking is open en transparant in die zin, dat we het communiceren met elkaar. En dat is gewoon prettig, dat dat kan. Nee, dus ja, wat dat betreft zijn wij eigenlijk best wel tevreden, en eigenlijk een van de weinigen waarmee het zo plezierig loopt. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p> <p>Ze zouden wel agressiever mogen zijn in de marketing, het is gewoon een goede band, en Nederlands product. Kijk, zo'n Michelin pretendeert de winterband opnieuw te hebben uitgevonden met de CrossClimate, terwijl de Quatrac van Vredestein al tig jaar op de markt is. (Jim Timmermans, Govers Automaterialen)</p> |
| Relatie met concurrent Michelin     | <p>En ja, wat ik al zeg, we hebben nu dan bijvoorbeeld bij Michelin wel weer een nieuwe man zitten, en dat is een hele goede man, en dan merk je ook meteen weer; die zet zich in voor ons, en dat heeft als resultaat dat wij ons weer inzetten voor Michelin. Het komt dan van twee kanten, en het moet ook van twee kanten komen. (Erwin Alberts, Wim Gerritsen Bandenservice)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Bijlage 10 Selectief coderen

| Klanten                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bestelwijze banden            | <p>De benodigde banden worden besteld, en wanneer het nodig is wordt dit aantal aangevuld met banden voor de voorraad. De grote aantallen voor de voorraad worden gekocht waar deze het goedkoopst worden aangeboden.</p> <p>Slechts de benodigde banden, aanvullend met voorraad wordt besteld. Een mogelijk, snel invulveld met banden die in sets worden aangeboden oefent hier geen invloed op uit.</p> <p>In principe wordt alles online besteld. Mochten zich problemen voordoen, wordt contact opgenomen met de binnendienst. Dit gebeurt vooral wanneer het om speciale maten of niet verkrijgbare producten gaat.</p> <p>De reguliere bestellingen worden aangevuld met extra producten, om een kleine voorraad achter de hand te hebben. Mochten banden in sets worden verkocht, moet het per 4 verkocht worden, dat werkt het beste.</p> <p>De banden worden online besteld.</p> <p>Banden worden op maat gezocht, waarna te zien is welke banden op voorraad zijn en welke niet. Mocht een product niet op voorraad zijn, wordt bij een andere leverancier besteld.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Bestelwijze banden Vredestein | <p>Over het algemeen worden de banden online besteld. Mocht het voorkomen dat zich problemen voordoen of het betreffende product niet leverbaar is, wordt contact opgenomen met een vertegenwoordiger of iemand van de binnendienst. Ook komt het voor dat grotere aantallen met de vertegenwoordiger worden besproken, meestal in verband met prijsverschillen.</p> <p>De banden worden online besteld, tenzij de banden beperkt of niet leverbaar zijn. In dergelijke gevallen wordt telefonisch contact opgenomen met de binnendienst van Apollo Vredestein. Gemerkt is dat het platform niet te allen tijde juiste informatie weergeeft.</p> <p>Alle banden worden online besteld.</p> <p>De banden worden hoofdzakelijk online besteld.</p> <p>Momenteel wordt wel online besteld, maar niet direct bij Apollo Vredestein in het B2B-platform.</p> <p>Het platform wordt gebruikt om online te bestellen.</p> <p>De producten worden online besteld, behalve binnenbanden (tubes), die zijn vrij lastig om te bestellen.</p> <p>Banden van Vredestein worden direct bij het B2B-platform besteld. Mocht een bepaalde maat niet op voorraad zijn, wordt direct de stap naar groothandelaar Inter-Sprint gemaakt.</p> <p>De functies en mogelijkheden van het B2B-platform zijn voldoende.</p> <p>Banden van Vredestein worden direct bij het B2B-platform besteld. Indien problemen zich voordoen, wordt telefonisch contact opgenomen met Vredestein.</p> <p>Banden van Vredestein worden direct bij het B2B-platform besteld. Mocht een bepaalde maat niet op voorraad zijn, wordt direct de stap naar groothandelaar Reedijk Banden gemaakt.</p> |
| Bestelgedrag – algemeen       | <p>De banden voor particulieren worden gekocht op basis van de vraag van de klant. De klanten voor de groothandel kopen de banden op basis van prijzen.</p> <p>De banden worden elk moment van de dag besteld. Dit heeft te maken met het eventueel</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                         | <p>vergeten van de banden.</p> <p>Banden worden geselecteerd op het autotype. De kennis van verschillende banden onder verschillende auto's is aanwezig. Hierbij wordt wel de prijs/kwaliteitsverhouding in acht genomen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Bestelgedrag – platform Vredestein                      | <p>De banden van Vredestein worden op de juiste manier besteld. Mochten de prijzen hoger zijn, wordt contact opgenomen met de vertegenwoordiger.</p> <p>De helft van de banden worden nog bij de vertegenwoordiger besteld.</p> <p>Het B2B-platform wordt iedere keer opnieuw geopend.</p> <p>Wanneer het platform van Vredestein de orders naar backorder verplaatst, worden de producten bij de groothandelaar gekocht.</p> <p>Het bestellen van Vredestein banden geschied meerdere malen per dag. Veelal worden de bestellingen aangevuld met banden voor de voorraad.</p> <p>De eindconsumenten zijn erg prijsbewust; elke euro geldt. Om Vredestein-banden te promoten wordt verteld dat de banden bij de producent direct worden afgenomen.</p> <p>Het platform van Apollo Vredestein blijft de hele dag open staan.</p> <p>Het kopen van banden bij de groothandelaar biedt geen voordelen, alleen dat het goedkoper is. Door de afspraak om Vredestein-banden te verkopen, motiveert dit om deze banden te verkopen.</p>                                                                                              |
| Bestelgedrag – Vredestein vs. groothandelaar/concurrent | <p>Doordat er banden worden gekocht om door te handelen als groothandelaar, komt de prijs vaak in het geding. In dergelijke gevallen wordt contact opgenomen met de vertegenwoordiger.</p> <p>De keuze voor Vredestein-banden is zo gemaakt. Vredestein wordt verkocht als huismerk, en dat zal ook altijd zo blijven.</p> <p>Het bestelproces bij het B2B-platform van Apollo Vredestein is niet optimaal. De snelheid kan verbeterd worden, en het bestelproces eenvoudiger, door middel van minder kliks.</p> <p>De bestelportalen van de groothandelaren hebben als voordeel dat alle banden van de producenten weer worden gegeven, en niet alleen die van Apollo Vredestein.</p> <p>De snelheid van het platform in combinatie met de levertijden, zorgt voor een verkoop van Vredestein-banden die een derde hoger had kunnen zijn.</p> <p>De stap naar de groothandelaar wordt gemaakt indien de prijsverschillen dusdanig groot zijn, of wanneer de orders naar de backorder worden verplaatst.</p> <p>Op alle sites van de groothandelaren en concurrenten is te zien welke banden wel en niet op voorraad zijn.</p> |
| Bestelgedrag – hoeveelheid orders                       | <p>Banden worden een keer per dag besteld. Dit bestaat uit meerdere artikelen.</p> <p>De keuze voor de hoeveelheid banden is afhankelijk van de drukte op dat moment.</p> <p>Speciale bestellingen worden apart besteld. De normale banden worden veelal in viertallen besteld, aangevuld met banden voor de voorraad.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Bestelplatform – algemeen                               | <p>De prijs is erg belangrijk, aangezien tegenwoordig alle prijzen op internet staan. Tevens is minder telefooncontact merkbaar, waardoor het noodzakelijk is de prijs/kwaliteitsverhouding goed te hebben.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bestelplatform Vredestein                               | <p>Het platform van Apollo Vredestein biedt een offertegenerator. Deze wordt niet gebruikt.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |



|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Voordelen bestellen Vredestein                | <p>Gemerkt wordt dat de banden direct bij Apollo Vredestein worden besteld.</p> <p>De aftersales van Apollo Vredestein is goed. Mochten problemen ontstaan zijn, wordt dit te allen tijde met de vertegenwoordiger opgelost.</p> <p>De kortingen die gegeven worden, worden niet altijd op de website weergegeven. Hierdoor maken enkele bandendealers de stap naar groothandelaren.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Bestelplatform Vredestein - zoekmogelijkheden | <p>De zoekmogelijkheden van het B2B-platform zijn genoeg.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Bestelplatform Vredestein – makkelijker maken | <p>Het bestellen van Vredestein-banden is vrij gemakkelijk, echter kan de voorraad beter, namelijk de courante maten meer op voorraad, en de incourante maten minder op voorraad.</p> <p>Het bestelproces is qua aantal kliks prima. Deze stappen geven nu extra controles.</p> <p>De snelheid van een dergelijk platform is erg belangrijk, maar de bandenproducenten moeten ook rekening houden met de hardware die de dealers hebben staan.</p> <p>Het zoeken naar banden duurt erg lang, waardoor de stap naar een groothandelaar snel is gemaakt. Hoe sneller het platform is, hoe gemakkelijker dat voor de bandendealers werkt.</p> <p>De snelheid van het platform is een probleem, al is het wel beter geworden.</p> <p>De cookie-melding op het platform wordt iedere keer weergegeven op moment van inloggen. Daarnaast is het bestellen van binnenbanden (tubes) niet gemakkelijk.</p> <p>Het bestellen van de binnenbanden (tubes) is niet gemakkelijk. Hiervoor wordt altijd contact gezocht met Apollo Vredestein.</p> <p>Het online bestellen is de snelste methode, maar wanneer bijzondere zaken zich voordoen, wordt contact gezocht met de vertegenwoordiger.</p> <p>Het bestelproces heeft uit te veel stappen voordat een band daadwerkelijk besteld is.</p> <p>Het platform moet velen malen sneller worden. Tevens moeten tussenstappen verwijderd worden.</p> |
| Bestelplatform – FTP Files (stock files)      | <p>Een eigen systeem wordt gebruikt waar, door middel van FTP-stock files, de beschikbaarheid van banden in wordt geladen, samen met de prijs en kenmerken van de band. Deze informatie wordt van meerdere aanbieder tegelijk getoond.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Voorraadstatus Vredestein                     | <p>De voorraadstatus is prima. Zeker in de winterperiode is de voorraaddekking van Apollo Vredestein goed.</p> <p>Een toevoeging aan het platform zou zijn, wanneer leverdata verandert, dat de bandendealers op de hoogte gesteld worden, door bijvoorbeeld een e-mail.</p> <p>Door een goede eigen voorraad, worden eventuele voorraadproblemen van Apollo Vredestein, intern opgelost.</p> <p>Een mogelijke toevoeging zou zijn, wanneer backorders in de bestellijst een rode kleur zouden krijgen, waardoor dit overzichtelijker wordt.</p> <p>Het is goed om te backorders in de gaten te houden, aangezien populaire banden niet altijd op voorraad zijn bij Apollo Vredestein, en wel bij de groothandelaren.</p> <p>De voorraad van Vredestein-banden is niet altijd goed. Wanneer banden besteld zijn komt het soms voor dat de data van de backorders verder verschuiven. Hierdoor is de stap naar een groothandelaar, die de banden wel op voorraad heeft, makkelijk gemaakt.</p> <p>Banden die heel populair zijn, moeten meer op voorraad zijn, en de minder populaire</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | <p>banden, minder op voorraad.</p> <p>De voorraadstatus van Apollo Vredestein kan beter, want nu verkoop ik banden uit eigen voorraad en moet ik wachten op nieuwe Vredestein-banden.</p> <p>De volgorde van levering is niet altijd kloppend. Dit komt vooral voor bij kleine en grote bestellingen. Dit is een reden waardoor sommige bandendealers bij een groothandelaar bestellen.</p> <p>Het komt veel voor dat de groothandelaar Vredestein-banden op voorraad heeft, en Apollo Vredestein zelf niet.</p> <p>De leverdata verschilt per dag.</p> <p>De banden die een langere levertijd hebben, hebben een oude datum op de banden staan. Dit schept verwarringen bij de bandendealers.</p> <p>Vredestein-banden zijn niet altijd op voorraad bij Apollo Vredestein zelf, maar wel bij een groothandelaar.</p>    |
| Functionaliteit bestelplatformen    | <p>Bij bestellen is het noodzakelijk om een referentie (of orderregelcommentaar) in te kunnen vullen. Dit voorkomt bij veel klanten onoverzichtelijkheid in de bestellingen die geleverd worden.</p> <p>De functionele aspecten van een bestelplatform zijn prijzen, beschikbaarheid, en eventueel een calculator met eigen rekenmogelijkheid voor marges.</p> <p>De leverdata van het platform die worden weergegeven moeten kloppend zijn. Wanneer dit niet het geval is, wordt de stap naar een groothandelaar gemaakt.</p> <p>De belangrijkste functionele aspecten zijn de nettoprijs en de voorraad.</p>                                                                                                                                                                                                           |
| Functionaliteit platform Vredestein | <p>De basiszaken omtrent de banden moeten worden weergegeven. Het platform wordt pas gemakkelijk wanneer dit snel is, en ook het bestelproces snel is.</p> <p>Een bevestiging voorafgaand het bestellen is prettig.</p> <p>Het belangrijke aspect is de leverdata. De mogelijkheid om de bestellingen en eventuele backorders terug te kijken zou een toevoeging bieden op het huidige platform. Het bestelproces heeft te veel bevestigingen, dit moet beter worden.</p> <p>De basiskennmerken van de band dienen weergegeven te worden, samen met de prijs en de levertijd.</p>                                                                                                                                                                                                                                        |
| Verbeterpunten platform Vredestein  | <p>Een verbeterpunt van het platform van Apollo Vredestein zou het sorteren op leverdatum zijn.</p> <p>De populaire maten dienen te allen tijde op voorraad te zijn. De incourante maten zijn minder belangrijk.</p> <p>Door een lijst met gegevens van de bestelde banden, en referentie, kan de dealer eenvoudig de bestellingen controleren.</p> <p>Het besteloverzicht dient aangevuld te worden met een status en levertijd.</p> <p>Het B2B-platform moet sneller worden, alsmede het bestelproces. De hardware van de bandendealers dient wel in acht genomen te worden.</p> <p>Het platform moet sneller worden, ook het bestelproces. Op dit moment moet de dealer te vaak bevestigen voordat de band daadwerkelijk besteld is. Een toevoeging op het leveren zouden dagleveringen, of nachtleveringen zijn.</p> |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | <p>Het platform moet sneller worden, want anders gaan klanten naar groothandelaren. De bestellingen moeten makkelijker geprint kunnen worden, door middel van een duidelijke call-to-action wordt dit mogelijk. De cookie-button hoeft, na accepteren cookies, niet nogmaals weergegeven te worden.</p> <p>Een mogelijkheid om op een eenvoudige manier een besteloverzicht uit te printen, zou dit gemakkelijker maken.</p> <p>Het B2B-platform is erg traag, dit moet aangepast worden. Wél moet gedacht worden aan de hardware en werkstations van de bandendealers, aangezien veel van deze dealers op dit gebied achter de feiten aanlopen.</p> <p>Het bestellen van Vredestein-banden heeft op dit moment te veel handelingen, helemaal wanneer dit vergeleken wordt met een groothandelaar. Het bestelproces dient sneller en makkelijker te worden, want nu worden, tijdens drukke periodes, veel banden bij de groothandelaar gekocht.</p> <p>Het platform van Apollo Vredestein moet sneller worden, want veel bandendealers kopen om die reden banden bij groothandelaren. Elke stap scheelt namelijk tijd. Daarnaast hebben de groothandelaren een betere voorraadstatus, en is het eenvoudiger om te bestellen. Het zoeken naar banden is goed, alleen moeten de zoekopdrachten voor landbouwbanden hetzelfde bieden als voor autobanden. De informatie over de banden is niet genoeg; meer technische gegevens zouden helpen in de dagelijkse werkzaamheden. De prijzen op het B2B-platform dienen weergegeven te worden zoals afgesproken met Apollo Vredestein.</p> |
| Reclamevormen Vredestein        | <p>De marketing van Apollo Vredestein is erg goed.</p> <p>De marketing-vormen van Apollo Vredestein dient beter gefocust te worden op de doelgroep.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Verbetering aanpak naar dealers | <p>De aanpak van Apollo Vredestein naar de bandendealers toe kan beter. In de vorm van periodieke gesprekken waarin het B2B-platform besproken wordt, kunnen onduidelijkheden en verbeterpunten besproken worden. Deze brainstormsessies met kleine gezelschappen zouden veel informatie opleveren de bandendealers en Apollo Vredestein zelf.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| Trends en ontwikkelingen                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trends en ontwikkelingen van de markt                       | <p>De ontwikkeling van levertijden is merkbaar, aangezien sommige groothandelaren dezelfde dag, in de nacht, of volgende dag leveren.</p> <p>Tegenwoordig wordt vrijwel alles online gedaan, tenzij problemen of noodgevallen zich voordoen, dan wordt contact opgenomen met de vertegenwoordiger.</p> <p>Door de ontwikkelingen binnen en buiten Europa, is te merken dat banden uit Azië komen. De kwaliteit van de banden uit dat werelddeel zijn niet altijd van goede of stabiele kwaliteit.</p> <p>Tegenwoordig besteld iedereen online. Door hierop in te spelen, door bijvoorbeeld rekeningen te digitaliseren en de backorders beter weer te geven in het besteloverzicht.</p> <p>Veel jongeren bestellen producten online. De oudere eindgebruikers geven de voorkeur aan het in de zaak te bestellen. Dit heeft te maken met de aansprakelijkheid van eventuele problemen.</p> <p>Vrijwel alles gaat tegenwoordig online, zelfs de facturering.</p> <p>VACO adviseert bandendealers online vindbaar te zijn door middel van het juist instellen van SEO en SEA.</p> |
| Trends en ontwikkelingen van de markt – telefonisch contact | <p>Alles geschied online, echter wordt af en toe nog gebeld.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Trends en ontwikkelingen                                    | <p>Merkbaar is dat de prijzen in de markt verschillen. De groothandelaren kunnen prijzen bieden</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| van de markt – prijzen                                     | <p>door de grote getalen die zijn in voorraad hebben. Deze prijsconcurrentie merkt de eindgebruiker op, waardoor vragen ontstaan.</p> <p>De prijsconcurrentie is te merken.</p> <p>Op het internet zijn de prijzen vindbaar, waardoor iedereen het kan zien.</p> <p>De prijsconcurrentie met bandenaanbieders in Duitsland, die de banden voor enorm lage prijzen aanbieden. Dit wordt ook opgemerkt door de eindgebruikers, waardoor opmerkingen ontstaan.</p> |
| Trends en ontwikkelingen van de markt – Apollo Truckbanden | <p>Het rechtstreeks leveren van Apollo Truck banden is niet handig. Rechtstreeks bestellen zou geen probleem zijn, maar door het rechtstreeks worden de bandendealers overgeslagen.</p> <p>Door het online verkopen van truckbanden aan de eindgebruikers worden de bandendealers overgeslagen. Echter is de bandenservice wel nodig, dus een bandendealer komt veelal alsnog aan de orde.</p>                                                                  |

| Concurrenten                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Bestelplatformen concurrenten/groothandelaren | Enkele concurrenten en groothandelaren hebben banden die speciaal gecodeerd zijn voor auto's met vierwielaandrijving, bijvoorbeeld Dunlop, Goodyear en Michelin voor banden voor BMW.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Bestelplatform concurrent Michelin            | <p>Michelin biedt de mogelijkheid om de producten op datum te selecteren. Tevens wordt een e-mail verstuurd op moment van wijzigingen van leverdata. Het laden van Michelin's B2B-platform duurt langer dan het B2B-platform van Apollo Vredestein.</p> <p>Michelin begint met zaken doen met bandendealers bij afname van ongeveer 10.000 banden per jaar.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Bestelplatform concurrent Continental         | <p>Door vernieuwingen in het B2B-platform van Continental is de nieuwe versie minder makkelijk te bedienen dan de oude versie.</p> <p>Het B2B-platform van Continental werkt niet prettig.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bestelplatform concurrent Hankook             | Het bestelplatform van Hankook geeft weer wanneer banden leverbaar zijn, en met bijbehorende leverdata.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Bestelplatform groothandelaren                | Wanneer banden niet bij Apollo Vredestein beschikbaar zijn, worden deze gekocht bij de groothandelaar. Deze aantallen worden besproken met de vertegenwoordiger.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Bestelplatform groothandelaar Van den Ban     | Het bestelplatform van Van den Ban maakt het mogelijk om binnen dertig seconden te bestellen. Het is erg gemakkelijk om een band te bestellen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Bestelplatform groothandelaar Inter-Sprint    | <p>Inter-Sprint's B2B-platform heeft de mooiste inrichting van de markt. De snelheid is ook erg goed. Het bestelproces is erg vlot. De banden die geleverd worden, kunnen op meerdere manieren geleverd worden, ook 'express levering', wat inhoudt dat de banden om 8.00 uur 's ochtends geleverd worden.</p> <p>Inter-Sprint biedt nachtleveringen.</p> <p>Inter-Sprint geeft in het besteloverzicht weer welke bestellingen geplaatst zijn in de afgelopen zeven dagen.</p> <p>Het B2B-platform van Inter-Sprint werkt prettig. De producten die op voorraad zijn, of snel leverbaar, worden weergegeven.</p> <p>Het platform van Inter-Sprint is sneller. Ook worden alternatieve producten weergegeven op moment dat een product niet leverbaar is.</p> <p>Het bestelproces van het platform van Inter-Sprint is erg snel. De bestelling kan met één druk op de knop geplaatst worden. Het platform van Inter-Sprint werkt het makkelijkst.</p> <p>De zoekvelden worden automatisch blanco weergegeven. Dit bevordert het zoeken. De</p> |

|                                                |                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                | snelheid van het platform is erg goed, alsmede de bestelmogelijkheden. De handelingen zijn verminderd, waardoor het gemakkelijker en overzichtelijker wordt om te bestellen. Het invoeren van orderregelcommentaar is belangrijk. |
| Bestelplatform<br>groothandelaar Reedijk       | Reedijk Banden biedt de mogelijkheid om in één gemakkelijke manier te bestellen.<br><br>Reedijk Banden biedt de mogelijkheid om de selectievelden en zoekmogelijkheden te personaliseren. Tevens kan gezocht worden op EAN codes. |
| Bestelplatform<br>groothandelaar<br>Bohnenkamp | Bohnenkamp geeft veel technische informatie weer van landbouwbanden. Alle gegevens die nodig zijn worden weergegeven, zoals het standaard gewicht van de band en de afrolomtrek.                                                  |
| Voorraadstatus<br>groothandelaren              | De voorraden van populaire bandenmaten bij groothandelaren zijn beter dan bij de fabrikanten zelf.                                                                                                                                |

## Bijlage 11 Resultaten uit kwantitatief onderzoek

| Nr | Respondent                          | Segment               | Antwoord vraag 1 - productinformatie                                                                                                             | Antwoord vraag 2 – quick order                                  | Antwoord vraag 3 – sets van 4 banden                                                                                                 | Overige punten                                                                                                                                           |
|----|-------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Quality Tyres Enschede              | Top level customer    | Voor mij als bandenkenner is dat ruim voldoende.                                                                                                 | Jazeker!                                                        | Nee, voor ons als groothandel hebben we te vaak met andere aantallen dan 4 te maken.                                                 | n.v.t.                                                                                                                                                   |
| 2  | Dabeko BV                           | Top level customer    | Die is voldoende                                                                                                                                 | Niet heel veel, maar als de keuze er is kan het ook geen kwaad. | Nee, wij bestellen net zovaak 2 of 3 banden.                                                                                         | Ik zou graag aan het eind een printbaar overzicht van mijn bestelling in beeld krijgen. (ik moet nu een printscreen maken voordat ik de order bevestig ) |
| 3  | Kwikfit                             | Top level customer    | Dat is prima                                                                                                                                     | Nee                                                             | Nee, niet echt                                                                                                                       | n.v.t.                                                                                                                                                   |
| 4  | Gebr. Ferwerda BV                   | Senior level customer | Voor mij is dit voldoende informatie.                                                                                                            | Ja, dit zou mij erg helpen.                                     | Voor de snelheid van bestellen zouden sets van 4 stuks wel helpen. Er moet wel een mogelijkheid zijn om eigen getallen in te vullen. | n.v.t.                                                                                                                                                   |
| 5  | GEA Automaterialen BV               | Senior level customer | Dit is voldoende                                                                                                                                 | Ja! Dit zou het gemakkelijker maken                             | Dit zou mij niet helpen                                                                                                              | Nee                                                                                                                                                      |
| 6  | First stop de Jong Bandenservice BV | Senior level customer | Ik vind dit genoeg informatie om de eindgebruiker te kunnen informeren wanener het nodig is. Ik weet zelf ook genoeg van banden om te adviseren. | Ja dit zou mij veel tijd kosten. Zou ook een irritatie wegnemen |                                                                                                                                      | Voorraad is niet altijd prettig om mee te werken                                                                                                         |
| 7  | Koerts Banden                       | Medium level customer | Ik vind naar mijn mening meer dan genoeg informatie.                                                                                             | Zeker.                                                          | Wellicht, maar ik bestel ook regelmatig aantallen van 2 stuks waardoor het weer omslachtig kan worden.                               | Het is soms erg irritant dat als ik banden in backorder zet dat ze niet meteen geleverd worden zodra er voorraad is.                                     |
| 8  | Kalk Bandenservice                  | Medium level customer | Ik vind de informatie die getoond wordt voldoende om mijn klanten te kunnen adviseren                                                            | Dit maakt het bestellen veel sneller                            | Ja dit zou wel makkelijk zijn                                                                                                        | n.v.t                                                                                                                                                    |
| 9  | Vos Bandenservice                   | Medium level customer | Nee, deze informatie is genoeg voor mij                                                                                                          | Als ik hierdoor sneller kan bestellen, graag.                   | Sets van 4 hoeft niet perse.                                                                                                         | n.v.t.                                                                                                                                                   |
| 10 | Tyrenet Midden Zeeland VoF          | Medium level customer | Is genoeg                                                                                                                                        | Ja                                                              | Nee                                                                                                                                  | Nee                                                                                                                                                      |
| 11 | Spes Autobanden VoF                 | Entry level customer  | EAN-nummers                                                                                                                                      | Ja dit scheelt mij veel tijd                                    | Niet echt, maar als je dat wilt, moet je 4 banden aanhouden                                                                          | Veel backorders                                                                                                                                          |
| 12 | First Stop Docters Autobanden       | Entry level customer  | Genoeg informatie                                                                                                                                | Een quick order zou mij                                         | Misschien, maar ik moet                                                                                                              | Snelheid kan inderdaad                                                                                                                                   |



|    |                         |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                        |                                                                                                                      |                          |
|----|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|    |                         |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                        | helpen                                                                                                 | ook wel eens meer dan 4 banden hebben                                                                                | beter.                   |
| 13 | Meijers Tuning Rijssen  | Entry level customer                                                                      | Zelf vind ik het genoeg                                                                                                                                                                                                                                                | Zou fijn zijn, want dat maakt het bestellen voor mij makkelijker                                       | Ik bestel geregeld 4 banden, maar ook wel 2 banden.                                                                  | Nee, mooi platform       |
| 14 | Veam BV (Heerenveen)    | Entry level customer                                                                      | Ik zou persoonlijk de DOT-codes wel graag vermeld zien in de webshop, wij hebben redelijk wat caravanhandelaren in ons klantenbestand en deze klanten willen altijd de meest recente banden.                                                                           | Ja, mits er wel een mogelijkheid blijft om er een inkoopnummer bij te vermelden.                       | Een set (4 stuks) komt bij ons niet vaker voor dan 1, 2 of 3 stuks, voor ons zou dit dus geen meerwaarde hebben.     | n.v.t.                   |
| 15 | Bandenhandel J.A. Saris | Niet ingedeeld in een segment in 2017. Komt doordat eerste aanmelding na 2016 is geweest. | Zodra er nieuwe dingen zijn willen we die uiteraard graag weten (op het gebied van landbouw) alleen dan kunnen we jullie product promoten. zodra er nieuwe producten zijn hebben wij die graag in de vorm van een flyer zodat onze klanten hier een beeld bij krijgen. | Ik denk dat een extra bevestiging goed is ivm mogelijk fouten maken en dus bestellingen retour moeten. | Nee, wel het aantal op voorraad. Zodat je niet eerst op de band hoeft te klikken voordat je ziet wat de voorraad is. | Nee hoor, Prima webshop. |