



Het huis staat weer, Kraakman is klaar voor de volgende stap

Commercieel manager Wim van Remortele: 'Het huis staat weer. Nu gaan we bouwen aan de toekomst.'

Sinds dit voorjaar is Kraakman BV door John Deere aangesteld als importeur voor geheel Nederland. Na het aanwerven van voornamelijk oud-Groenoord-personeel en een aanzienlijk aantal vestigingen van laatstgenoemde, is Kraakman in korte tijd weer *up and running*. De landelijke organisatie telt nu 27 vestigingen, ruim 530 medewerkers en een servicedichtheid die binnen de sector uniek is. 'Het huis staat weer. Nu gaan we bouwen aan de toekomst,' zegt Wim van Remortele, commercieel manager tuin & park en regiomanager Zuidwest.

Auteur: Hein van Iersel

Kraakman beschikt op dit moment over een landelijke dekking en een netwerk van specialisten in tuin-, park-, golf- en landbouwmachines. Vooral in tuin en park ligt de focus op regionale kennis en snelle service. 'We hebben ongeveer vijftig monteurs in tuin en park. Die zijn verspreid over vestigingen zoals Wolphaartsdijk, Hillegom, Oldenhove, Dalen, Lieshout, Haelen, Biervliet, Emmeloord, Akkrum en Brummen,' vertelt Van Remortele. 'Maar feitelijk geldt: waar je ook binnenstapt, je kunt geholpen worden. Dat is ons grote voordeel.'

4 regiomanagers

Naast Van Remortele schoven ook Stefan Schmeitz (regio Zuid) en Erik Jansen (regio Noord) aan voor het gesprek, op een plek die je bijna de thuisbasis van commercieel manager Golf & Turf Wim van Remortele mag noemen: De Goese Golf. Regiomanager Eduard van der Zwam (regio West) kon er niet bij zijn, maar maakt deel uit van hetzelfde team.

Structuur

Kraakman heeft voor tuin & park een structuur met vier regiomanagers, die elk verantwoordelijk zijn voor hun gebied. Onder die regionale paraplu werkt een groot team van verkopers, monteurs en productspecialisten. 'Die landelijke dekking is onze kracht,' zegt Schmeitz. 'Doordat we zelf demo- en inzetmachines beschikbaar hebben, kunnen we sneller schakelen dan organisaties die met dealers werken. We staan dicht bij de klant.'

De samenwerking met John Deere speelt daarin een centrale rol. 'John Deere heeft mensen in dienst die direct ondersteuning bieden in Nederland,' vertelt Van Remortele. 'Als wij een probleem hebben, komt er iemand van John Deere zelf. Dat is bij veel andere merken niet zo. Die werken via tussenlagen, en dat merk je in de snelheid van service.'

Schaal

De regiomanagers zien dat schaalgrootte en professionalisering steeds belangrijker worden. 'In 2010 zeiden veel klanten: moet dat nou, zo groot? Vier jaar later waren ze eraan gewend,' zegt Jansen. 'De sector verandert, en schaalvergroting houd je niet tegen.' Volgens Van Remortele heeft de schaalgrootte van Kraakman vooral voordelen: 'Als wij ons uurtarief verhogen, volgt de rest vaak vanzelf. Niet omdat we de grootste mond hebben, maar omdat we een organisatie met 530 man zijn die landelijke service kan garanderen. We lopen voorop. Uurtarief is daarbij zeker niet allesbepalend. Voor dat geld leveren wij monteurs en productspecialisten die honderd procent op de hoogte zijn, constant worden bijgeschoold en – ook niet onbelangrijk – alle belangrijke onderdelen direct uit het schap kunnen halen.'

Merkenstrategie

Kraakman is in de wereld van tuin en park een bekende speler. Het bedrijf werkt onder andere met John Deere. Daarnaast voert Kraakman ook andere merken, waarmee het inspeelt op de vraag van de klant. Toch blijft het aanbod – aldus Van Remortele – niet vanzelfsprekend zoals het is. Kraakman kijkt kritisch naar het eigen merkenbeleid. Daarbij wordt onder meer gekeken naar de aansluiting van merken bij de visie van het bedrijf. Dat betekent ook dat sommige merken in de toekomst mogelijk uit het aanbod verdwijnen. Volgens het bedrijf is het belangrijk om keuzes te maken, zodat het merkportfolio past bij de koers voor de lange termijn. Alleen merken die daarin een duidelijke meerwaarde bieden, blijven onderdeel van het assortiment. Met die aanpak wil Kraakman de focus scherp houden en zich blijven ontwikkelen als specialist binnen het merkenaanbod dat overblijft.

Ontzorging

Een belangrijke trend komt rechtstreeks uit

de landbouw: klanten willen zekerheid over kosten. 'Steeds meer aannemers en gemeenten willen weten wat een machine kost per draaiuur,' zegt Jansen. 'Ze willen niet alleen geholpen worden als er iets stukgaat, maar ook weten wat de totale kosten zijn over de levensduur. Restwaarde, onderhoud, garantie: dat moet helder zijn.' Kraakman speelt daarop in met PowerGard-contracten van John Deere. Daarmee kunnen klanten het risico afkopen en krijgen ze vooraf inzicht in de kosten. 'Dat geeft rust,' zegt Jansen. 'Een aannemer zei laatst letterlijk: "Onder de 70 euro per draaiuur ga ik niet rijden. Dan werk ik voor niks." Dat is precies waar het naartoe gaat.'

Ook digitalisering gaat daarbij een grotere rol spelen. 'Systemen als Pro Golf en My Operations Center zorgen ervoor dat we machines beter kunnen volgen en storingen sneller oplossen,' zegt Van Remortele.

Down Time

Schmeitz ziet dat ook terug in het dagelijkse werk. 'Doordat wij onderdelen uit de landbouw-tak kunnen gebruiken voor tuin en park, hebben we de spullen snel in huis. We kunnen in 24 uur een machine weer laten draaien. Dat is iets wat niet elke dealer kan bieden.'

Nu de basis staat, ligt de focus op consolideren en verbeteren. 'We zijn in korte tijd van heel veel losse bedrijven naar één organisatie gegaan,' zegt Van Remortele. 'Dat kost tijd, energie en geld. Maar het huis staat nu. Nu gaan we het verder verwarmen.' Voor klanten moet dat zich vertalen in betrouwbaarheid en voorspelbaarheid. 'Wij willen gewoon dicht bij de klant staan, met sterke merken en duidelijke afspraken,' zegt Schmeitz. 'Niet twintig verschillende merken met vijf verschillende servicemodellen. Rust en focus, daar draait het om.'

Vijftig tuin- en parkmonteurs, 530 medewerkers en 27 vestigingen



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!