



De klant profiteert

Alpha International heeft als groothandel/distributeur van printersupplies een duidelijke visie en strategie. Dat ze daarmee succesvol zijn, blijkt uit het feit dat de van origine Nederlandse onderneming nog steeds groeit – ondanks dat er in kantoorhoudende organisaties minder wordt geprint.

De zakelijke activiteiten van Alpha International worden aangestuurd vanuit het hoofdkantoor in Nijmegen. Daarnaast heeft de onderneming een paperless distributiecentrum in Wijchen, en verkoopvestigingen in Duitsland en Engeland, maar het speelveld strekt zich op dit moment uit tot 24 landen in Europa. Voor alle activiteiten geldt echter: het belang van de klant staat voorop.

Contact

Om die klanten – resellers en retailers – optimaal van dienst te kunnen zijn, houden de sales medewerkers van Alpha International intensief contact met de markt. Dat zijn dus zowel de producenten/leveranciers als de wederverkopers van printer supplies, al spreekt men in de organisatie liever van ‘partners’. Dankzij die interactie kan goed worden ingespeeld op trends en veranderingen in de markt. Harald

Nuij, Sales Director, en Roland Fransen, Sales Manager Retail Benelux, noemen twee van de belangrijkste thema’s die op dit moment spelen: de verschuiving van bricks naar clicks in het B2B-segment, en een toenemende behoefte om later op de dag (na kantoor tijd) nog bestellingen te kunnen plaatsen om die de volgende werkdag al in huis te hebben.

Signaal

Harald Nuij gaat dieper in op dat laatstgenoemde thema: “Dat is met name iets wat vanuit de zakelijke consument wordt gevraagd. Daarom hebben wij – overigens als eerste in het land – heel recentelijk onze cut-off time voor supplies zendingen binnen Nederland aangepast. We accepteren altijd bestellingen tot 18.00 uur als het gaat om dropshipment zendingen tot 5 regels. Die worden dan de volgende werkdag bezorgd. Hiermee proberen wij

onze zakelijke klanten te ondersteunen, door net dat uurtje extra te bieden waardoor de klant direct de volgende dag al zijn goederen in huis kan hebben.”

Roland Fransen vult aan: “Heel veel kantoorvakhandelaren zijn tot 18.00 uur geopend. Die krijgen dan nog na kantoortijd een klant binnen die printer supplies bestelt, en deze natuurlijk het liefst zo snel mogelijk in huis heeft. Normaal kon dat niet meer voor de volgende dag worden gerealiseerd. Nu ligt de winkelier in op onze website, plaatst de bestelling en de volgende werkdag heeft de klant de bestelling in huis, of het wordt bij de winkel afgeleverd, net wat is afgesproken.”

kan worden. Met hun login kunnen de klanten eenvoudig de juiste cartridge voor een printer vinden, meteen de prijs en voorraad zien en online het gehele ordertraject volgen.”

Nuij vervolgt: “Er is nog een voordeel voor de klant, naast foutloos, snel en kostenefficiënt. Dat is dat die retailer vanuit een schappositie met misschien 80 items, ook meteen een longtail positie van 10.000-plus items ontsluit. En dat is natuurlijk wel heel interessant voor de reseller of retailer, omdat hij direct uit onze voorraad kan putten. Onze rol als distributeur houdt in dat wij zorgen dat het er ligt. Dat is relatief makkelijk, want inkoop is eenvoudig, alleen: wij zorgen

site daarmee kan vullen. Op die manier kan de klant van de retailer ook eenvoudig het juiste product online vinden en bestellen.”

Service

Alpha International heeft een heldere visie en strategie, die (kort door de bocht) kan worden omschreven als: schoenmaker blijf bij je leest, en: doe waar je goed in bent, heel goed. Elke twee jaar houdt Alpha International een klanttevredenheidsonderzoek. Nuij daarover: “Uit het meest recente kwam naar voren dat er een stijging was in de klanttevredenheid en dat we ruim boven de benchmark zaten. Daaruit mogen



Normaal worden alle bestellingen binnen 24 uur na ontvangst van de order afgeleverd, maar de klant kan ook nog aangeven of hij de supplies tegen een meerprijs vóór 12 uur in huis wil hebben. Dan wordt er extra prioriteit aan gegeven.

Webshop

Een andere belangrijke trends die Nuij en Fransen noemen, is de verschuiving naar de verkoop via het web. Fransen: “We proberen onze klanten zoveel mogelijk te bewegen om via onze webshop te bestellen. Als we de order digitaal binnen krijgen is de kans op fouten ook minder. Bovendien is de verwerking sneller, zodat de order eerder gepickt

ook nog eens voor de perfecte logistieke ontsluiting, welke de reseller nooit zelf zou kunnen aanbieden. Dat is één van onze meerwaardes.”

De productcontent op de eigen webshop heeft Alpha International in eigen beheer, ook een bewuste keuze van de organisatie. Fransen: “Daarmee zijn we ook onderscheidend in de markt. Alle toners en cartridges zitten in die webshop waarbij deze ook gekoppeld zijn aan de gerelateerde printers, of indien het product verouderd is, wordt verwezen naar het juiste product. Dit alles om ervoor te zorgen dat onze klant altijd de juiste supplies kan vinden. Daarnaast delen wij deze productcontent ook met de klant, zodat deze ook zijn eigen web-

we denk ik concluderen dat we het goed doen.”

Fransen noemt een service waar de klanten erg tevreden over waren: “We kunnen ook rechtstreeks, volgens het Managed Print Service systeem, aan de eindklant leveren. Dat is een stuk fulfillment voor onze retailers en resellers, onze partners. De facturatie loopt dan gewoon via de retailer of reseller. We doen dus alleen maar de logistiek erachter. We zien dergelijke dropshipments steeds meer toenemen. Steeds meer klanten zeggen: wij hoeven dat pakketje hier niet te hebben, laat het maar rechtstreeks bij de eindklant bezorgen. Onze klant wil het dan sneller geregeld hebben, of hij wil minder voorraad. Dat



is dus voor beide partijen voordelig, logisch dat we die tendens steeds meer zien toenemen.”

Nuij gaat dieper in op de opmerking ‘schoenmaker blijf bij je leest’: “We krijgen inderdaad wel verzoeken van klanten of we bepaalde aanvullende product-categorieën aan ons assortiment willen toevoegen. Die verzoeken beschouwen we als een goed teken en nemen we zeer serieus. Hierbij zullen wij niet al te grote wijzigingen doorvoeren, we blijven ons concentreren op de inkt- en tonercartridges. Daarnaast hebben we wel andere productsoorten beschikbaar, zoals van merken als Targus, Fellowes en Imation. Daarmee brengen we nog meer onderscheidend vermogen in ons portfolio.”

Fransen over het assortiment: “We hebben op dit moment 24 contracten met leveranciers, en verkopen alleen maar originele OEM producten, dus geen refills en dergelijke. En printing is echt onze core business, focus op datgene waar je goed in bent. Binnen de organisatie is iedereen daarvan doordrongen.” Dat de markt dit duidelijke standpunt waardeert, blijkt uit het feit dat ondanks de crisis en het teruglopen van het printen, Alpha International nog steeds groeit. Nuij noemt nog meer redenen voor die groei: “Doordat wij onze interne processen zo goed op orde hebben, doordat wij met de juiste mensen praten, niet teveel fratsen uithalen, onze focus niet fragmenteren, zien we dat we juist steeds sterker worden in wat we doen. Daarom groeien we ook heel sterk, dit jaar ook weer boven verwachting. Wij maken heel bewuste keuzes, hebben een duidelijk beleid en strategie, en iedereen weet waar hij aan toe is. En dat werkt: mensen vinden het fijn om voor een bedrijf te werken waar het goed mee gaat en waar je de wind in de zeilen hebt. En wij hopen dat onze klanten daarvan profiteren. Dat is natuurlijk ons einddoel.”

Populaire machine

De klant profiteert ook van de goede contacten die Alpha International onderhoudt met de produc-

Begin dit jaar is na maanden van intensieve voorbereidingen het nieuwe loyaliteitsprogramma van Alpha International live gegaan. ‘Alphinos’, zoals het programma is gedoopt, is het eerste loyaliteitsprogramma in de markt dat de pure inkoop van alleen printer supplies beloont.

Voor de introductie van het Alphinos programma was Alpha International voor acties rondom klantenbinding vooral aangewezen op direct mail, e-mail en telefoon, maar dat bood niet de uitgebreide mogelijkheden en flexibiliteit van het nieuwe Alphinos-platform. De kracht van dit nieuwe programma

is vooral de eenvoud waarmee iedereen via op maat gesneden omzettafgetels snel ‘Alphinos’ – de officiële munteenheid van het programma – kan verdienen. Dankzij het online platform is Alpha International in staat om de reseller regelmatig automatisch te informeren over de resterende looptijd van een actie en de status van zijn spaarsaldo. Dat verhoogt de scoreingskansen, en daarmee ook de (gevoels) waarde van het loyaliteitsprogramma in samenwerking met vendoren.”



ten van printers en MPF’s. Nuij: “Er zijn inderdaad heel veel verschillende types printers, maar we weten exact van elk model welke cartridge of toner daar het best voor geschikt is. En welk model een populaire machine gaat worden, zodat wij de gerelateerde printersupplies meteen op voorraad kunnen gaan leggen om zo first to market te kunnen zijn. Als een fabrikant vandaag een nieuwe machine introduceert, hebben wij als doel om dit al een maand eerder te weten, zodat we de producten dan al op de webshop kunnen aanmaken, en de eerste supplies op voorraad te kunnen leggen.”

Fransen tot slot: “Onze klanten vragen ons vaak om hun assortiment even door te lichten. Daar hebben ze zelf vaak de tijd niet voor, en wij kijken dan: wat zijn hardlopers, wat doet GfK, en op basis daarvan doen we dan een aanbeveling wat hij in zijn schap zou moeten hebben. Heel veel klanten waarderen dat enorm. En daarmee kunnen wij ons weer onderscheiden.” ■

www.alpha-international.eu