



SMARTMETALS BLIJFT GROEIEN:

'UITBREIDING OP ALLE FRONTEN'

Wie bij het ontstaan van SmartMetals tegen directeur Vincent Rekvelde had gezegd dat zijn bedrijf binnen zeven jaar zou uitgroeien tot wat het nu is, had hij waarschijnlijk voor gek verklaard. De groei is gigantisch geweest en vindt nog steeds plaats. Er wordt uitgebreid in mensen en ruimte en onlangs was het bedrijf genomineerd voor een prestigieuze AV Award. Van crisis is bij SmartMetals geen sprake, zo blijkt in een gesprek met Rekvelde en export manager Rachel Ververda: "Crisis? Welke crisis?"

SmartMetals, gevestigd in Meerkerk, ontwikkelt en verkoopt allerhande professionele audiovisuele ophangsystemen in binnen- en buitenland. Vloer-, wand- en plafondbeugels voor flatscreens en projectoren bijvoorbeeld, maar ook behuizingen, totems en kiosken en allerlei op maat gemaakte specials. Allemaal in eigen huis ontwikkeld en in Nederland gefabriceerd. Dat

het bedrijf dat op een goede manier doet, blijkt wel uit het aantal opdrachten dat binnenkomt. "Eerlijk gezegd hebben we het gewoon stervensdruk", vertelt directeur Vincent Rekvelde desgevraagd. "Ik weet niet of de markt groter wordt of dat concurrenten steekjes laten vallen, maar feit is dat wij veel aanvragen en leveringen hebben op het moment."

INTERNATIONAAL

Het buitenland vormt inmiddels een groot deel van de markt voor SmartMetals. “Dat is al tussen de 30 en 40% van de totaalomzet”, vertelt export manager Rachel Ververda, die vier jaar geleden bij SmartMetals begonnen is om de internationale handel op te zetten. “Dat gaat dus inderdaad goed. Ik heb eerst onderzoek gedaan naar de andere landen en ben SmartMetals vervolgens gaan positioneren in landen als Duitsland, Engeland, Ierland en de Scandinavische landen. Langzamerhand zitten we nu ook al in landen als Spanje, Frankrijk en Griekenland. Langzaam maar zeker breidt het zich dus steeds verder uit, maar het is wel héél belangrijk om overall de juiste partners te zoeken. Daar gaat aardig wat tijd in zitten.”

TESTEN

De beste manier om (potentiële) klanten te overtuigen is volgens het tweetal door de producten simpelweg te laten zien, op beurzen bijvoorbeeld. Ververda: “Je moet het de mensen laten ervaren. Ze moeten zien dat het snel en eenvoudig werkt, maar dat het wel een degelijk en stabiel geheel is. Vaak vragen we de mensen dan ook om de producten eerst te testen, voor we überhaupt zelf binnen komen stappen. Het is voor ons belangrijk dat bijvoorbeeld de installateurs inzien dat het producten zijn die hun klanten installatietijd schelen, of dat het kwalitatief of prijstechnisch beter is dan de spullen die ze nu aanbieden.” Vincent Rekveldt vult aan: “Wat je feitelijk wil, is de installateurs een keer zo’n beugel laten installeren. Zij moeten vervolgens bij een inkoper aangeven dat het toch wel erg handig is en dat ze het moeten hebben. Het moet van onderuit getrokken worden, dat werkt veel beter dan wanneer je zelf aan de inkopers moet gaan trekken. Wij zijn zeker en arrogant genoeg om te zeggen dat gebruikers niet meer anders willen als ze het eenmaal geprobeerd hebben. Dat blijkt in de praktijk en is de beste reclame die je kunt hebben.”

SERVICE EN ADVIES

“Wat we proberen te voorkomen is om Ikea-bouwpakketjes te leveren”, vertelt Rachel Ververda. “We willen de producten voor 80 à 90% voorassembleren. Het enige wat de klant vervolgens nog moet doen, is bijvoorbeeld de armen eraan fixeren, of het scherm zelf aan het statief te hangen. Dat maakt de installatietijd heel kort en dat scheelt weer geld.” Andere belangrijke pijlers bij SmartMetals zijn service en advies. Rekveldt: “Het is niet zo dat we alleen de spullen leveren en de klanten er daarna veel succes mee wensen. We willen het samen met de klant doen en op die manier tot zo goed mogelijke oplossingen komen. Persoonlijke aandacht is heel belangrijk. Al aan de telefoon leven we ons in de klant in. We stellen vragen over de ruimte waar de oplossing moet komen. Dat kan wel eens nieuwsgierig overkomen, maar het is allemaal bedoeld om tot de beste oplossing te komen.”



GROEI

Een trend in de markt is de toename van flatscreens ten faveure van de projectoren. “Niet omdat de projectoren duurder worden of slechter verkrijgbaar zijn, maar puur omdat de flatscreens steeds goedkoper worden”, verduidelijkt Rekveldt. Ook bij SmartMetals zelf is door de (zeven) jaren heen overigens heel wat veranderd. Begonnen als eenmansbedrijfje, werken er op het moment van schrijven al twaalf mensen en staat per 1 januari uitbreiding met drie nieuwe krachten op de rol. Rekveldt: “Er komen onder andere twee verkopers in de buitendienst bij, allebei mensen uit de branche. Alfred



29 - 31 January 2013

Amsterdam RAI, NL

Conferences 28 January

Fresher. Bolder. Clearer.

Kom naar ISE 2013 en maak uw keuze uit tientallen congresen georganiseerd door CEDIS en InfoComm International, kies uit ons pre-show evenementen programma, of blijf bij met de laatste producent trainingen. Het business kit maakt van morgen's vraag: om een doortastend plan met een duidelijke focus naar de toekomst.

Voor meer informatie ga naar: www.ise-europe.org





Schouten komt van Audipack en Nick Pietza van Sahara Benelux, een goede klant van ons. Het zijn allebei mensen met veel ervaring en die dus weten waar ze het over hebben. Zelf kwam ik door de groei van het bedrijf gewoon niet meer aan de buitendienstwerkzaamheden toe. Met hen erbij moet dat weer helemaal goed gaan komen." Derde aanwinst is een technisch tekenaar, die voor extra ondersteuning gaat zorgen in de uitwerking van de specials. "Alle tekenaars zitten er eigenlijk voor het ontwerpen van standaard producten, maar wij onderscheiden ons juist van onze concurrenten door de specials die we kunnen maken. Als ze daar dan een tijdje mee bezig zijn, kunnen ze niet tegelijkertijd nieuwe standaard producten ontwikkelen. Die vicieuze cirkel gaan we nu doorbreken door te durven investeren in een extra tekenaar."

WEBSITE

Ook nieuw bij SmartMetals zijn de bijzonder uitgebreide website van het bedrijf (www.smartmetals.nl) en de nieuwe productfolder. Op de website zijn alle producten terug te vinden, compleet met instructies en specificaties. Bovendien is een online mobiele applicatie voor smartphone en tablet ontwikkeld, om ook een compacte website te kunnen bieden voor klanten die onderweg zijn, bij hun klanten op bezoek gaan en ze zo makkelijk kunnen informeren. Op de site is het heel makkelijk om snel het juiste product met de bijbehorende accessoires te vinden: via de SmartSelector op de homepage, de assortimentpagina per productgroep en op artikelnummer via de zoekmachine.

NOMINATIE AV AWARD

In oktober werden in Londen de AV Awards (een initiatief van het gerenommeerde Britse audiovisuele magazine 'AV') uitgereikt. De awards staan bekend als de meest prestigieuze prijzen in de AV-branche en SmartMetals was in de categorie 'AV accessoire van het jaar' genomineerd. Dat gebeurde met een statief op wielen met elektrische hoogteverstelling. De winst ging uiteindelijk naar een andere partij, maar de eer was er niet minder groot om. Rekveldt: "Het was mooi daar aanwezig te zijn en genoemd te worden. Het was ook een serieuze selectieprocedure, waarbij elke inzending door twintig mensen op zo'n vijftig relevante punten werd gecheckt. Toch een stukje erkenning voor je product natuurlijk."

DIGITAL SIGNAGE

"We hebben ook al twee jaar iemand die voor 100% op digital signage zit", vertelt Vincent Rekveldt. "Hij is van oorsprong interieurarchitect. Een creatief brein dus, die elke behoefte kan vertalen in een fraai ontwerp. Bij digital signage moet het er namelijk vooral ook mooi uitzien. Die aanvragen zijn altijd weer anders, daar is niks standaard aan." Rachel Ververda: "De klant kiest voor bepaalde content op zijn scherm, maar hij wil dat scherm ook volledig geïntegreerd hebben. Het komt op gekke plekken te hangen, er komt een logo op, de bedrijfskleuren moeten erin verwerkt, de randapparatuur moet in de behuizing worden opgenomen...er zijn altijd veel wensen en eisen die samenhangen met de locatie waar de oplossing moet komen." Volgens het tweetal zijn dergelijke maatwerk oplossingen feitelijk het leukste om te doen. Rekveldt: "Het is bovendien kenmerkend voor SmartMetals. Een aanvraag, een oplossing bedenken, een definitieve opdracht en dan knallen. Die rush is mooi, al helemaal als je aan het eind van de rit een tevreden klant hebt. Het is ook waarmee wij ons onderscheiden. We kunnen snel schakelen omdat we alles in de buurt laten maken. Dat moet ook wel, want de trajecten zijn steeds korter. Voordeel is ook dat we heel veel uit voorraad kunnen leveren. De hoeveelheid standaard spullen die we hier hebben liggen is bizar groot."

NIEUWBOUW

In de nabije toekomst wordt die hoeveelheid wellicht alleen nog maar groter, aangezien SmartMetals bezig is met een nieuwbouwproject, dat begin 2014 afgerond moet zijn. Rekveldt: "Dat wordt een pand met drie keer 250 vierkante meter kantoorruimte, een grote showroom, twee vergaderzalen, een assembleruimte van 250 vierkante meter en in totaal een magazijnruimte van 1.750 vierkante meter. Dat had ik zeven jaar geleden inderdaad niet durven dromen. Hopelijk ben je dan voor de komende tien jaar klaar, al zou ik het natuurlijk ook niet erg vinden als het maar vijf jaar duurt voor we er weer uitgroeien!" ■

SmartMetals is ook te vinden op Integrated Systems Europe, op stand 9-F121. Aanmelden voor de beurs kan gratis via www.iseurope.org met de code: 703833.