

Ondernemers maken Decokay 'snel en flexibel'

06-06-2016 12:04



Dankzij de recente groei staat de teller nu op 38 Decokay-winkels. “Een mooie stap op weg naar ons uiteindelijke doel, een organisatie van tussen de 40 en 50 winkels. Veel groter willen we niet groeien, want we willen graag het maximale uit onze usp’s halen”, zegt Jeroen Vromans. Hij trad eerder dit jaar toe tot de directie van Decokay en trekt nu samen met Eddo Wassink de kar.

De grootte van Decokay als samenwerkingsverband is voor veel leden inderdaad een van de belangrijke redenen om toe te treden. Martine Gröbe, één van die ondernemers, bevestigt dat. Zij nam drie jaar geleden de Decokay van haar vader in Almelo over en voelt zich ‘bijzonder prettig’ binnen de organisatie. “Ik wil als ondernemer zoveel mogelijk in de winkel staan. Bezig zijn met m’n klanten en enthousiast meedenken over hun woonwensen. Binnen Decokay kan dat omdat ik als ondernemer maximaal ontzorgd wordt als het gaat om zaken als facturering, inkoop, administratie en communicatie.”

Koppeling van systemen

Een mooi en sprekend voorbeeld hiervan noemt Wassink de recente koppeling van de systemen van Decokay aan die van Luxaflex en Multisol. “Hierdoor hoeven ondernemers nog maar één keer gegevens in te voeren

voor een offerte, aan te vullen bij het inmeten waarna de orderbevestiging, aanbetalingsfactuur, bestelling, werkbbon en factuur automatisch volgen! Dat werkt veel sneller en verkleint de kans op fouten. Bij veel van onze producten draait het om maatwerk en daarin zijn koppelingen van systemen bijzonder efficiënt. Daarom zetten we daar ook op in. Alle productgroepen waarbij sprake is van maatwerk in één module. Overzichtelijk, handig, snel en nauwkeurig. Voor onze ondernemers, maar ook voor de leveranciers.”

Exclusiviteit

Een ander belangrijk speerpunt van Decokay is de exclusiviteit voor de aangesloten leden. “Zij willen zeker weten dat ze in hun werkgebied geen concurrentie krijgen van een andere Decokay. Dat is niet in hun belang en dus ook niet in ons belang. Want we zijn echt een organisatie voor en door ondernemers. Vandaar ook de ambitie om gecontroleerd te groeien”, zegt Eddo Wassink, die zelf een Decokay heeft in Apeldoorn.

Volgens Gröbe gaat Decokay in zijn groeiambitie voor kwaliteit in plaats van kwantiteit. “We hebben intern weleens discussie over de vraag of we wel een franchise-organisatie zijn. Voor ons gevoel zijn we meer een samenwerkingsverband. De directie, die verantwoordelijk is voor de groei van Decokay, is niet gebaat bij veel meer ondernemers. Daar worden zij niet rijk van. Ze hebben ook hun eigen winkel en dus ook alle belang bij zaken als exclusiviteit.”

Snel en flexibel

Door zijn omvang is Decokay volgens Wassink en Vromans in staat om ‘een snelle en flexibele organisatie te zijn en blijven’. “De leden bepalen het beleid, zij weten waar knelpunten en kansen liggen en hebben zelf inbreng in de koers. In verschillende werkgroepen kunnen ze meepraten en beslissen. Dat maakt ons ook zo sterk, want zij weten als geen ander wat er op de werkvloer en in de branche speelt.”

Gröbe erkent dat die organisatiestructuur werkt voor de aangesloten ondernemers. “Het motiveert enorm. Je deelt de zaken die je tegenkomt of mist en kunt zo heel snel stappen zetten. Via de vergaderingen komen er punten naar voren die direct teruggekoppeld worden. Zo bespreken we bijvoorbeeld ook de folders. Als we daarin iets missen, staat het er in de volgende folder meteen wel in. Dat soort kleine dingen maken Decokay tot een slagvaardige club.”

Jong en fris

De inbreng van ondernemers in de commissies zorgt binnen Decokay voor een enorm positieve drive, zo benadrukken beide directeuren. “We hebben een redelijk jonge groep ondernemers. De afgelopen jaren is een aantal winkels overgegaan op jonge opvolgers en die zorgen binnen Decokay ook voor een frisse blik en een enthousiaste samenwerking. En daar worden we uiteindelijk allemaal beter van.”

Volgens Gröbe illustreert de vernieuwde huisstijl en winkelpresentatie van Decokay dat ‘frisse en jonge’ op een passende wijze. “Niet alleen kan de uitstraling weer jaren mee, Decokay heeft in de communicatie ook alles op een herkenbare lijn gekregen. Van winkelaankleding tot folder en internet: waar je ook kijkt, het is herkenbaar Decokay.”

Online vindbaarheid

Dat Decokay met de tijd meegaat, betekent dat er de afgelopen jaren ook veel aandacht is besteed aan internet. Vromans: "En dan vooral de vindbaarheid op internet. Als de consument zoekt op wooninspiratie staan we als Decokay nu op 1 of 2 in de zoekresultaten. En dat is organisch, dus geen gekochte resultaten. Belangrijk voor onze ondernemers want daarmee zijn zij in hun regio verzekerd van een optimale vindbaarheid op internet. Ook dat hoort bij een dynamische club als Decokay."

Redactie MIXpress