

Nicovij: “Samen bouwen we aan elkaars individuele succes”

10-12-2021 08:12



In het ‘geweld’ van de inkoopcombinaties van Zevij-Necomij en Transferro – zij kondigden een alliantie aan – en Ferney, speelt Nicovij een rol in de luwte. Directeur Willie Dekens maakt geen omzet bekend van de inkoopcombinatie uit Deventer. Wel is hij behoorlijk open over ledentallen en groei die de organisatie doormaakt.

“We zitten nu maar ietsje onder de omzet van 2020. Minimaal, en dat is echt ongelofelijk”, zegt Dekens. “Dat had ik niet verwacht want 2020 heeft zó’n enorme plus gegeven. Voor de zakelijke leden – b2b – is ook 2021 een fantastisch jaar, maar onze leden in retail zijn haast een kwartaal dicht geweest.” Hoeveel pluste de organisatie dan precies in 2020? “Ruim 15%. Waarbij we zagen dat sommige leden wel 40% plusten.”

Stabiliteit

De precieze omzet maakt Nicovij nooit bekend, zegt Dekens. De club is een coöperatie en het is dus geld van de leden. Dat zijn er momenteel 107. Daarvan opereren er 8 onder de zakelijke formule Profnorm en 23 onder de retail-formule Enorm. Dan is er ook nog het Lockmaster-concept dat gevoerd wordt door sommige Enorm ondernemers, maar ook door inkoopleden.

Het ledental blijft dit jaar mooi stabiel, zegt Dekens. “We sluiten nieuwe leden aan en er stoppen er ook af en

toe. Afgelopen jaar sloten een drietal leden hun bedrijf en eentje stapte over naar een andere organisatie, maar er traden ook zeven nieuwe leden toe." Dat sluiten van winkels is wel een uitdaging, zegt hij. "Opvolging is een groot ding bij iedere organisatie. Wij kennen onze leden, zien het aankomen en zijn er continu over in gesprek. We verwachten dit bij ongeveer 5% van onze ondernemers mee te gaan maken in de komende 3 jaar."

Gevarieerd ledenbestand

Heeft Nicovij daar meer last van dan andere organisaties, gezien de gemiddeld kleinere schaal van de aangesloten ondernemers? Bij andere organisaties zien we namelijk veel onderlinge overnames. Dekens: "We hebben inderdaad een aantal kleinere ondernemers. Voor hen is het niet altijd makkelijk om een familielid of een medewerker enthousiast te krijgen voor de opvolging. Generaties veranderen en het ondernemerschap is niet meer vanzelfsprekend. Technisch personeel is überhaupt een grote zorg."

Als het gaat over de leden, is Nicovij trouwens een diverse club. Sommige leden zijn 90% gericht op particulieren, anderen voor 100% op de professional, veel 50/50 en ook diverse andere keuzes. Ook qua schaal loopt het ledenbestand uiteen. "We hebben ijzerwarenspeciaalzaken met een vvo van 200 m2 en groothandels voor de zakelijke markt in een landelijke omgeving en breedpakketzaken tot en met bouwmarkten aan toe", zegt Dekens. "Wist je dat Nicovij een samenwerking heeft met de inkoopgroep Molenhoek? Daarmee hebben we groothandels in hout en bouwmaterialen in ons ledenbestand. Voor deze leden liggen er kansen voor een shop-in-shop met onze assortimenten om een complete aanbieder te zijn. En vice versa zien we sommige Nicovij-leden vanuit die contacten ook meer in hout en bouwmaterialen gaan doen." Als we Dekens vragen naar de 'spread' tussen zijn grootste en kleinste ondernemer, noemt hij een factor 12. "Maar let op, dat is omzet hè. Geen marge. Die kun je natuurlijk niet één-op-één vergelijken tussen b2b- en consumentenwinkels."

Collectief versus individu

Zo'n gemêleerde groep heeft voor- en nadelen. "Leden zoeken elkaar op om van elkaar te leren. Dat doen ze niet alleen op onze regio-avonden, maar ook informeel op eigen houtje. Dan bespreken ze bijvoorbeeld de automatisering, het offertetraject in de zakelijke markt of de klantenservice via WhatsApp. Ook zien we dat bestaande leden uitgebreid de tijd nemen om nieuwe leden wegwijs te maken. En dat vind ik mooi", zegt Dekens. "Ons motto is dan ook: 'samen bouwen we aan elkaars individuele succes'. Die missie verbeeldt precies het spanningsveld waarin we opereren: van het collectief en het lokale en zelfstandig ondernemerschap. Een schijnbare paradox."

Schijnbaar, want ondanks de variatie in het ledenbestand zijn er ook veel overeenkomsten tussen de leden. Ze hebben voor 80% hetzelfde assortiment. Zeven jaar geleden zette Dekens al een koers in van concentratie en bundeling van volume. "We hadden toen een enorm leveranciersbestand en dat had een reden. We hebben namelijk veel specialisten in de club en we willen voor iedere leverancier altijd een alternatief hebben. Maar binnen die alternatieven kun je wel trechters richting voorkeursleveranciers en zo volume bundelen en tot wederzijds voordeel komen. Op basis van een groter volume kun je veel beter samenwerken en dat besef dringt steeds beter door bij onze leden."

Overtuigen, niet verplichten

Van de 300 leveranciers wordt nu een groot deel van de Nicovij-omzet ingekocht bij 120 voorkeursleveranciers. "Zonder verplichtingen, maar door te overtuigen", zegt Dekens. Dat proces gaat niet zonder vallen en opstaan en ook leveranciers proberen daar hun draai aan te geven. "Maar dan zie je het clubgevoel de kop opsteken. We hadden bijvoorbeeld een leverancier die contact zocht met individuele leden, buiten ons om. Die is nu gehalveerd, terwijl een andere leverancier in zijn categorie verdubbeld is."

Ondernemers volgen dus onze keuzes.” Maakt Nicovij die keuzes samen met de ondernemers? “Zeker. We staan in nauw contact, hebben verbindingen en luisteren goed. Maar het gaat te ver om te zeggen dat de leden de keuzes maken. Wij maken bij Nicovij de keuzes en betrekken de leden. Per slot van rekening bestaat Nicovij voor de leden, is Nicovij van de leden. En niet andersom.”

Hoger gehalte samenwerking

Samenwerking binnen Nicovij krijgt meer en meer gehalte. Dekens merkt dat in het dagelijkse contact met zijn ondernemers en het contact dat ondernemers onderling hebben. Hij meet het af aan de omzet die via het magazijn in Deventer gaat. Die groeide al met 50% en vertegenwoordigt inmiddels een derde van de totale inkoop die de Nicovij-leden samen omzetten. “We hebben het dan over voorraadartikelen en cross-dock vanuit Deventer”, zegt Dekens. “Voorraadbeschikbaarheid was altijd al belangrijk en is in deze tijd steeds meer een issue. We zien dan ook dat de service vanuit ons magazijn in corona-tijd en hogere vlucht heeft genomen en we verwachten dat dat zo blijft. Wij zijn er in ieder geval klaar voor en voor de leden smaakt het waarschijnlijk naar meer.”

Cirkel rond

Ook de vraag naar schappenplannen is voor Nicovij een teken aan de wand. “Waar we een paar jaar geleden leden echt nog moesten overtuigen van het nut van een centraal schappenplan, krijgen we nu steeds meer aanvragen voor ondersteuning op dat gebied. We zijn nu in de nieuwe shop van Op ’t Hof in Wolvega. Die is bijvoorbeeld voor 90% ingericht volgens schappenplannen. Deels met centrale plannen, deels met maatwerk. Want hoeveel voordeel we ook putten uit de collectiviteit en de gemeenschappelijkheid, we houden altijd ruimte en aandacht voor de regionale en lokale verschillen. Iemand op zandgrond heeft nu eenmaal andere artikelen nodig dan iemand in de klei. En iemand die zich helemaal op de particulier richt, anders dan een b2b-ondernemer of iemand die zich daar ergens tussenin positioneert. Met schappenplannen maken we de cirkel rond tussen onze leden en de voorkeursleveranciers. We stemmen daar dan ook onze voorraden op af zodat het proces ook aan die kant sluitend is.”

Toekomstplannen?

Als we Dekens vragen naar de toekomst van Nicovij, spreekt hij over uitbreiding van het dienstenpakket en groei van de organisatie om de continuïteit van de leden te borgen. En vooral ook over de omslag naar de digitale wereld. “Als je mee wilt gaan, moet je daarover nadenken. Punt. Dan hebben we het over webshops, social selling, kunstmatige intelligentie, data en meer van die onderwerpen.” En is Nicovij dan nog zelfstandig? “Je doelt op het samengaan van collega-inkoopcombinaties? Ik snap die ontwikkeling en zag het aankomen. Ook bij Nicovij kijken we naar samenwerking en staan alle deuren open. Dus niet alleen bij soortgenoten.” Ligt een samenwerking met Ferney voor de hand, nu Zevij-Necomij en Transferro elkaar gevonden hebben? “Niet direct. We kijken ook naar complementaire samenwerkingen. Zoals die met de hout- en bouwmaterialenhandels van IGM bijvoorbeeld. Nogmaals: alle deuren staan hier open, maar altijd met behoud van onze identiteit.”