



# Premium Inc.

Premium Inc. ontwerpt, distribueert en verkoopt schoenen. Cruyff Classics, McGregor en PME Legend zijn de bekendste merken uit het portfolio. Net zoals veel leveranciers, heeft ook Premium Inc. te maken met restvoorraad aan het eind van het seizoen. Logischerwijs wil de leverancier de voorraad beschikbaar stellen aan de retailers, zodat zij het aantal nee-verkopen reduceren. Als één van de eerste leveranciers ontdekte Premium Inc. de mogelijkheden van Stockbase. Ze zagen dit als een ideale oplossing voor hun restvoorraad en het reduceren van nee-verkopen in de winkel.

“De schoenen die voor McGregor en PME Legend worden ontworpen, zijn tot op bepaalde hoogte afgestemd op de kledinglijn van deze merken. Voor Cruyff geldt dat niet, omdat dit puur een schoenenmerk is”, aldus Christian Snoek, teamleider Sales Support bij Premium Inc. Dit is niet het enige verschil tussen deze merken van Premium Inc. Christian vult aan: “De distributie van de merken varieert daarnaast ook. Zo hebben McGregor en PME een wat bredere distributie en zijn we met Cruyff meer selectief. Dit heeft te maken met het feit dat Cruyff een andere doelgroep aanspreekt. Zodoende is de distributie van Cruyff exclusiever. Bovendien moet het merk ook passen bij het type winkel.”

Christian Snoek is de schakel tussen sales en klantcontact. Hij vertelt: “Op de afdeling Sales Support zorgen we voor alle afhandelingen op zowel order- als accountniveau. We zorgen dat de orders binnenkomen en goed worden uitgeleverd. Daarnaast heb ik ook de commerciële zaken van Stockbase op me genomen. De technische zaken worden door een andere collega gedaan. Het is zowel intern als voor de Stockbase-contactpersonen fijn om één aanspreekpunt te hebben.”



Christian Snoek

Teamleider Sales Support

## Bedrijfsinfo

Naam: Premium Inc.

Locatie: Rotterdam

Specialisatie: Schoenen

## Business issues

- ▶ Restvoorraad aan het einde van seizoenen
- ▶ Nee-verkopen bij retailers

## Top 3 voordelen

- 1 Tot wel 10% hogere conversieratio's
- 2 Retailers verkopen items die ze niet hebben ingekocht
- 3 Intensievere samenwerking met retailers



## Restvoorraad

Het eerste contact met Stockbase was anderhalf jaar geleden en verliep met collega's van Christian. Hij vertelt: "Iedere leverancier herkent zich wel in de situatie dat er aan het eind van het seizoen restvoorraad is. Met Stockbase kunnen we voorraad verkopen die we eerder niet verkochten aan een klant. Dankzij de technologie in Stockbase, kunnen we zelf bepalen wie er toegang heeft tot de gekoppelde voorraad. De commerciële afspraken liggen altijd tussen leverancier en retailer, daar bemoeit Stockbase zich niet mee. Zij zijn puur faciliterend."

## Merkstrategie

"Het is prettig dat Stockbase in contact staat met zowel retailer als leverancier, waardoor ze fungeren als tussenpersoon. Als er nieuwe retailers en/of leveranciers zijn aangesloten, dan ontvangen wij hier bericht van. Vervolgens kijken wij vanuit Sales of we nieuwe retailers kunnen koppelen. Die informatievoorziening wordt alleen maar groter", vertelt Christian.

Alle voorraadposities van de aangesloten merken worden naar Stockbase gestuurd. Het is bij Premium Inc. echter niet de bedoeling dat deze cijfers inzichtelijk worden voor alle aangesloten retailers. "We vinden het erg belangrijk dat wij bepalen welke modellen de retailer wel of niet in zijn/haar webshop mag aanbieden", aldus Christian. "Met name bij Cruyff maken we daar een bepaalde segmentatie in. Dat komt doordat we hier met verschillende collecties werken, van klassiek tot technisch. De technische modellen willen we niet neerzetten bij klassieke (online)

retailers en andersom. Het is belangrijk om de merkstrategie bepalend te laten zijn en de items via Stockbase op een juiste, passende manier te koppelen. We willen dat retailers zich alleen koppelen aan onze Stockbase-voorraad als ze het merk ook offline verkopen. Ze moeten overtuigd zijn van ons merk. Het moet niet zo zijn dat Stockbase wordt gebruikt als test om zodoende weinig voorraadrisico te lopen. Dat kan misschien wel eens werken, maar het moet vanuit de retailer komen en er moet geloof zijn in ons merk. Pas dan kunnen we samenwerken met de retailer."

Zodra er sprake is van een samenwerking, merken retailers grote voordelen. Zo is het heel handig dat ze producten verkopen die ze niet hoeven in te kopen. Ze zetten een item online en de leverancier doet de rest (afhankelijk van de onderlinge afspraken). "Waar we wel voor waken is een retailer die minder inkoopt door Stockbase", reageert Christian. "We hebben immers voororders nodig om een goede collectie neer te kunnen zetten."

## Groei

"We zijn als één van de eerste leveranciers met Stockbase begonnen. De eerste merken die we aansloten op Stockbase waren Cruyff Classics en PME Legend. Later volgde McGregor. De eerste connectie was met Stockbase-initiatiefnemer Front Runner. Inmiddels werken we met ongeveer zes retailers samen, maar de verwachting is dat dit aantal flink gaat groeien. Het doel is om dit jaar richting de dertig gekoppelde retailers te gaan."







## Resultaat

Het resultaat van de samenwerking is erg klantafhankelijk. Christian legt uit: "Front Runner is onze grootste gekoppelde klant, dus zij realiseren automatisch ook een hogere conversie met hun webshop. Het is leuk om te zien dat er items worden verkocht die zij niet hebben ingekocht. Dat maakt dat wij de retailer erop kunnen attenderen dat ze ook andere modellen kunnen inkopen omdat er vraag naar is. Ze worden immers online wel gekocht. Procentueel denk ik dat Stockbase tussen de 0 en 10% meer conversie oplevert. De volumes zijn natuurlijk groter, afhankelijk van de startorders. Daar komt bij dat sommige aangesloten retailers online groter zijn dan anderen."

## Kansen

Op de vraag of Christian nog meer mogelijkheden ziet in de samenwerking via Stockbase antwoordt hij: "Nu we samenwerken met verschillende retailers komen er twee punten naar boven waarmee we de samenwerking kunnen verbeteren. Die punten zijn automatische orderinvoer en fotografie. Stockbase werkt er op dit moment aan om de automatische invoer van orders mogelijk te maken, maar fotografie blijft lastig. Universele fotografie is veel

efficiënter, maar logischerwijs wil iedere retailer een eigen sfeerbeeld maken. Eén schoen wordt misschien wel honderd keer gefotografeerd. Maar tegelijkertijd is het voor de retailers erg arbeidsintensief. Het zal nooit helemaal gestandaardiseerd kunnen worden, maar we kunnen wel kijken wat de mogelijkheden zijn om hierbij in de buurt te komen."

## Advies

Als je als leverancier aan de slag wil gaan met Stockbase, dan kan Christian enkele adviezen geven: "Het is belangrijk dat je je offline merkstrategie ook online doorzet en dus goed nadenkt over de manier waarop je Stockbase wil inzetten. Je moet zorgen dat je controle houdt over de selectie die je online wegzet bij retailers. Het moet 'een toevoeging zijn op' en niet 'ten koste gaan van'. Daarnaast is het belangrijk dat je met retailers afspraken maakt over de manier waarop Stockbase wordt gebruikt. Je moet je retailers specifiek kiezen. Als je dat goed doet, is Stockbase een platform dat veel toekomst heeft voor zowel leveranciers als retailers. De samenwerking tussen Stockbase, leveranciers en retailers is goed en het is geen groot risico om erin te stappen."

