



SHUZ

Met ruim 80 jaar historie is SHUZ een familiebedrijf met een lange traditie. Generatie op generatie staat vernieuwing centraal. Wat begon met een opmerkelijke service in de jaren dertig mondde uit in een eigentijds winkelconcept anno nu. Eén van de voorbeelden van vernieuwing is het ambassadeurschap van Stockbase. Wilmar Schmit, mede-eigenaar van SHUZ, vertelt meer over het ontstaan van en de ervaringen met Stockbase.

Welke business issues speelden er waardoor het idee van Stockbase ontstond?

“Leveranciers hebben voorraden liggen waar retailers niet optimaal gebruik van maken. Hoe kunnen we die voorraad geautomatiseerd naar ons toe krijgen? Die vraag was de basis. We hebben namelijk altijd voor ogen gehad dat we alles willen automatiseren wat er geautomatiseerd kan worden, Stockbase is daar de volgende fase van. Het is niet alleen een voordeel voor leveranciers en retailers, maar ook voor klanten want ook zij maken van dit initiatief gebruik.”

Welk doel stond centraal bij de ontwikkeling van Stockbase?

“Het resultaat moest zijn dat nee-verkopen worden gereduceerd doordat de webshop een zo volledig mogelijk beeld geeft van het assortiment. Dit heeft voordelen voor zowel leverancier als voor retailer. Teveel voorraad is slecht voor de marge en met te weinig voorraad kun je geen omzet maken. Vooral bij een leverancier is het hebben van voorraad een risico. Dat is dan ook de basis geweest om te bekijken of we hiervoor een samenwerking konden opzetten.”

Bedrijfsinfo

Naam: SHUZ

Locaties: Beverwijk, Alkmaar, Haarlem, Gouda, Leiden, Wassenaar, Hoorn, Enschede, Amersfoort, Veenendaal, Borne, Castricum en Zutphen

Specialisatie: Schoenen

Business issue

► Leveranciers hebben voorraad liggen en retailers willen hier gebruik van maken

Top 3 voordelen

- 1 Breder aanbod
- 2 Dieper aanbod
- 3 Minder nee-verkopen



Wat waren de belangrijkste voorwaarden waaraan Stockbase moest voldoen?

“Het moet te behappen zijn. Daarmee bedoel ik dat, ondanks dat SHUZ een groter bedrijf is, we te klein zijn om een EDI-specialist in huis te hebben. Stockbase is een bepaalde ‘softvorm’ waarmee we gegevens kunnen uitwisselen. Zonder EDI, maar wel op EAN-niveau. Het is een eenvoudige manier om met elkaar te communiceren.”

“Daarnaast moest het ook gemak bieden. Je verkoopt meer dankzij Stockbase, maar dat betekent ook dat er meer orders komen. Die orders moeten gemakkelijk doorgegeven worden aan leveranciers want de handling moet niet de spuigaten uitlopen.”

Hoe draagt Stockbase bij aan het oplossen van de business issues van retailers?

“Onze e-commerce omzet is mede dankzij Stockbase ruim omhoog gegaan. Je ziet dat er goede resultaten mee worden behaald. Het is ook leuk om te zien dat er goede resultaten zijn in de winkels met de leveranciers waarmee ik samenwerk via Stockbase. Natuurlijk is het succes ook afhankelijk van de bekendheid van het merk. Als het merk een grote naamsbekendheid heeft, dan is het succes met Stockbase uiteraard ook groter.”

Welke drie belangrijkste voordelen merkt u sinds het werken met Stockbase?

“Het grote voordeel is dat je een breder aanbod kunt tonen. Je kunt een goed totaalbeeld geven en dat is vooral bij modemerken van belang. Een ander voordeel is dat je ook je ‘slow movers’ onder de aandacht kunt brengen die je in de winkel niet hebt staan en online toch weet te verkopen.”

“Een ander voordeel is het aanbieden van een dieper aanbod. Je kunt langer doorgaan met verkopen doordat er eerst wordt gekeken of de retailer het in voorraad heeft en daarna Stockbase wordt geraadpleegd om in de voorraad van de leverancier te kijken.”

“Bovenstaande voordelen leiden uiteraard tot meer verkopen en dus ook minder nee-verkopen. Dat is uiteindelijk het resultaat waar het om draait.”

Welke voordelen merken consumenten sinds het werken met Stockbase?

“Consumenten kunnen merken dat we grotere collecties bieden met meer diepte en beschikbaarheid. Zeker in periodes van sale waarin een webshop altijd beter rendeert. SHUZ kiest ervoor om geen gebruik te maken van dropshipment en verstuurt alle orders altijd zelf naar klanten. Ze merken dus niet dat hun artikel uit de voorraad van de leverancier afkomstig is.”

Is je inkoopgedrag veranderd van de merken waarmee je samenwerkt via Stockbase?

“Bijkomend voordeel van Stockbase voor de leveranciers is dat ze een retailer kunnen informeren over fast movers en slow movers. Zo kreeg ik laatst een mail van een leverancier die mij erop wees dat een bepaald type schoen online goed liep, maar ik had dat type niet ingekocht voor de winkels. Uiteraard vroeg hij mij waarom ik deze schoen niet inkoop. Dat is een terechte vraag want ik behaal resultaat met die schoenen, dus het blijkt interessant ze in te kopen.”





Welke adviezen geeft u aan een retailer die denkt aan een aansluiting op Stockbase?

“Allereerst is het belangrijk dat je als retailer profiteert van het extra aanbod dat leveranciers bieden. De basis moet echter zijn dat je een webshop hebt waarmee je al successen boekt en waarop je dus een goede conversie hebt, anders heeft Stockbase geen nut. Dat geldt overigens ook voor leveranciers. Zij moeten goed opletten dat ze de juiste retailers aansluiten. Als leverancier moet je een keuze maken met wie je wil samenwerken via Stockbase. Ik adviseer om vooral samen te werken met retailers die een renderende webshop hebben.”

“Daarnaast leeft bij sommige leveranciers de angst dat er minder collecties worden ingekocht omdat Stockbase minder inkooprisico biedt. Ik vind dat niet terecht. Bij ons spelen de stenen winkels een grotere rol dan de webshop, ik blijf dus altijd investeren in collecties. Bovendien raad ik aan om alleen met leveranciers samen te werken waarvan je ook een goede afspiegeling hebt in de winkel. Als je in de winkel vijf varianten van een merk hebt staan en online bied je er 55 aan, dan is de verhouding zoek en wek je bij klanten een verkeerde verwachting.”

Welke kansen ziet u nog meer in samenwerking tussen leveranciers en retailers?

“Om een succesvolle webshop te realiseren, is er productinformatie nodig. Wij willen deze informatie via de leverancier verkrijgen en snel kunnen uploaden naar de site. Hetzelfde geldt voor beeldmateriaal. Als ik het beeldmateriaal van een leverancier gebruik, dan zet ik artikelen sneller online en dat scheelt heel veel tijd (Stockbase speelt al in op deze vraag door het delen van productfotografie mogelijk te maken, red.). Wat ook veel tijd scheelt, is de automatisering van het bestelproces. Ik wil dat een Stockbase-order meteen in ons back-office systeem verschijnt.”

“Tot slot zijn we inmiddels vast allemaal van mening dat samenwerking de branche moet intensiveren. Leveranciers kunnen niet meer leveren en een half jaar later vragen hoe het seizoen is verlopen. Daarmee gaan we het niet winnen in de toekomst. Het moet een samenwerking worden. Ik heb geen moeite om cijfers te delen met de industrie, maar dan moet er wel serieus mee worden omgegaan. De basis voor de toekomst is samenwerking, je moet het met elkaar doen. Alleen red je het niet meer.”

