

“Online is de beste weg naar offline”



Orakel en B-Token zijn wereldspelers in de productie van respectievelijk polsbandjes en jetons. Heel veel van hun productie verkopen ze al dan niet rechtstreeks via online platformen. Sofie Hermans, commercieel directeur, gelooft in het belang van de marktplaatsen.

38% van de bestellingen (zie kader) komen geautomatiseerd binnen via de webshop. Van de omzet verloopt 13% via e-commerce. Die binnenkomende orders zijn volledig klaar en betaald als ze aankomen en vergen geen extra

“Wacht zeker niet op onze overheid. Onze reglementering is te laat en we staan jaren achter ten opzichte van andere landen.”

werkkrachten. De zending klaarmaken en opsturen is de boodschap. Aan het woord is Sofie Hermans: “Wat online binnenkomt geeft ons marge en kost ons niets aan werkkracht en tijd. Wat wij niet zelf online of via de platformen

verkopen, verkopen onze verdelers dan weer via die weg. Zij zetten onze producten op bol.com en Amazon. Daar doen wij speciale handelingen voor, zoals aparte inpakmethodes en unieke doosjes. Soms sturen we onze producten rechtstreeks naar de platformen. Dat is een wereld van verschil want wat je bestelt, heb je op die

Naar een betere klantenbeleving via e-commerce

Orakel is wereldwijd marktleider in polsbandjes. Op vlak van sleutelkoorden, badges en jetons spelen ze in de Europese top drie. Twee op de vijf orders komen binnen via de webshop. Het gros van de productie wordt verkocht via marktplaatsen als bol.com en Amazon.

23 jaar geleden werd Orakel gesticht. Het bedrijf nam het Amerikaanse concept van polsbandjes over en werd internationaal bekend via beurzen. Nadien groeide de handel in jetons dermate dat een zusterbedrijf – B-Token – het levenslicht zag in 2008. Vanuit Retie worden de twee bedrijven beheerd.

Tegelijk stapte het bedrijf elf jaar geleden voor het eerst in de e-commerce. De aan een kopiemachine gekoppelde software diende als eerste webshop. Commercieel directeur Sofie Hermans: “We gingen online vanaf de eerste dag dat dat mogelijk was. We startten in 2004 als eerste met SAP Business One voor kmo's. Toen dat volledig op punt stond, inclusief de automatisering van onze boekhouding en ons stockbeheer, koppelden we daar onze webshop aan vast. Vandaag pakken we uit met onze versie 4.0, een geheel nieuw platform om beter op de klantenbeleving te kunnen ingaan.” (PV)



Sofie Hermans (commercieel directeur Orakel)

manier van vandaag op morgen in huis. Dat is heel snel en de volumes zijn groot en groeien met de dag.”

Cowboyverhalen

De klanten zijn het gewoon geworden om via de grote spelers te kopen. Dat betekent voor Orakel dat de verdelers van hen zeer snelle leveringen verwachten. Daardoor dienen de productie- en logistieke processen constant te worden verbeterd. Sofie Hermans ziet enkel voordelen en nuanceert de cowboyverhalen over de grote platformen: “Amazon en bol.com hechten enorm veel belang aan een snelle en juiste service. Zo behoeden ze de klanten tegen de willekeur van de leveranciers. Er wordt snel negatief over hen gesproken omdat ze klassieke bedrijven heel wat concurrentie aandoen. Nochtans

“Platformen maken ons het leven juist gemakkelijk: we moeten enkel onze producten klaarzetten en zij regelen al de rest.”

maken ze ons het leven juist gemakkelijk: we moeten enkel onze producten klaarzetten en zij regelen al de rest. Ze zijn wat ons betreft niet goedkoper dan wat wij elders verkopen. Maar het comfort is erg groot. Het is een gemakkelijk verkoopkanaal omdat je er alles vindt en snel in huis haalt. Zelfs al vragen ze een stuk commissie op de verkoop, de marge blijft groot genoeg zodat andere partijen er nog kunnen aan verdienen. Vandaar mijn motto: *‘If you can’t beat them, join them.’*”

Webshop nog interessant?

Net als Kenny Van Paesschen elders in dit nummer, vraagt Sofie Hermans zich af of het voor bedrijven die willen starten met e-commerce, nog de moeite loont te investeren in een webshop. Ondernemers kunnen zich beter focussen op de voordelen van de diverse platformen. Toch maakt ze zich ondertussen ongerust over het feit dat onze overheid achterblijft met haar regelgeving op vlak van e-commerce: “In onze regio worden mensen met bussen naar Nederland gevoerd om te werken in de distributiecentra omdat daar e-commerce mogelijk is. Dat kost ons land heel wat arbeidsplaatsen. De discussie rond nachtarbeid levert ons veel problemen op. Maar dat is niet het enige. Als we een pakje van 100 polsbandjes versturen, weegt dat 100 gram. Dat kan perfect in een brievenbus gedropt worden. Maar je moet eens proberen met bpost samen te werken. Zelfs een klantnummer verkrijgen, lukt aan geen kanten. Eén telefoontje met PostNL en je bent vertrokken.”

Goede raad aan ondernemers

Na 23 jaar heeft Orakel alle processen geautomatiseerd en doet het alles zelf. Maar dat hoeft geen hindernis te vormen voor ondernemers die nog op de e-commerce trein willen springen, orakelt Sofie Hermans: “Maak een account aan en begin ermee. Laat je niet stoppen door de negatieve verhalen, maar zoek naar de positieve. Uiteraard halen die minder snel het nieuws. Doe het nu, want het is nog niet te laat. Schakel professionele hulp in, voorzie budgetten en durf te springen. De platformen zijn immers de goedkoopste oplossing. Zij verzorgen je logistiek tegen een minimale bijdrage. Wacht zeker niet op onze overheid. Onze reglementering is te laat en we staan jaren achter ten opzichte van andere landen. Ik zie ook nog heel wat wijzigingen de komende jaren. We zullen meer ’s nachts moeten leveren. Nu staan onze koeriers overdag vast in het verkeer. Ons nieuw magazijn voorziet nachtophalingen, al zal de wetgeving daarvoor moeten worden aangepast. Ondertussen komen onze bestellingen dag en nacht binnen. Dat is enkel mogelijk als je online werkt, want dan is de winkel steeds open. En vergis u niet, éénmaal de klant uw reputatie kent, komt die ook persoonlijk naar je toe met zijn vragen. Online opent de deur naar offline. We zullen dan ook nooit enkel online werken.”

Tekst: Patrick Verhoest | Foto: GF | Illustratie: Shutterstock