*Exclusiva*

# Zeg wat je doet, doe wat je zegt

**De branche staat onder druk en in de komende tijd zullen veel bedrijven waakzaam moeten zijn. Dat zal ook gelden voor de sector in de schoonmaakbranche. Exclusiva groeit echter tegen de klippen op. Volgens de broers Simon en Jaap van Dijk die het bedrijf al veertig jaar runnen, heeft overleven alles te maken met jezelf voortdurend waarmaken.**

**TEKST:** LEON VAN DEN BERG

Volgens Simon (l) en Jaap (r) van Dijk heeft overleven alles te maken met jezelf voortdurend waarmaken.

Exclusiva ontstond in augustus 1969, toen Jaap van Dijk een groothandel startte in automaterialen en auto onderhoudsmiddelen. In 1971 trad zijn broer Simon van Dijk toe. In 1973 brak een oliecrises uit toen de Arabische Staten Westerse landen die Israël steunden in de Jom Kipoer oorlog boycotten.De olieproductie daalde, de prijs steeg explosief, waardoor vooral de automotivebranche sterk werd getroffen. Jaap: "Wij realiseerden ons toen dat we ons niet moesten beperken tot één branche en hebben onze activiteiten over meerdere branches verdeeld. De huidige crisis bewijst de juistheid van deze keuze. Ook nu weer krijgt de automobielbranche gevoelige klappen, maar wij merken daar weinig van." Simon vult aan: "Het huidige omzetaandeel van automotive is nog maar zo'n tien tot vijftien procent, niet omdat dit aandeel fors gedaald is, maar omdat het vrijwel gelijk is gebleven, terwijl de omzet uit andere werkvelden fors is gestegen. Overigens is het wel zo dat garagebedrijven tegenwoordig minder afnemen omdat ze het totaalonderhoud zoals het poetsen uitbesteden."

## WAT IS NOG EXCLUSIEF?

Exclusiva heeft een breed aanbod. Het is uitgebreid met producten voor de horeca en de industrie, schoonmaakbranche, instellingen, voedingsmiddelenindustrie en de professionele wasserijsector. Daarvoor zijn accountmanagers aangesteld die deze sectoren onder hun beheer hebben. Jaap: "De wasserijbranche is een nieuwe loot aan de stam. We hebben het niet alleen over industriële textielwasserijen. We moderniseren bijvoorbeeld ook wasserettes op campings. Daar installeren we apparatuur die automatisch het benodigde wasmiddel doseert. Op die manier wordt efficiënter met het product - in dit geval Ariel - omgesprongen, wat natuurlijk ook milieutechnisch interessant is. Tweeëntwintig vertegenwoordigers waaronder vijf accountmanagers zijn dagelijks op weg in het land. Niet alleen om te verkopen, maar ook om de problemen van klanten op te lossen; volgens Simon een belangrijke kracht van het bedrijf. "De branche is behoorlijk aan het veranderen. Exclusieve groothandelaren met specifieke import & export hebben een ander karakter gekregen. Wij zijn meer totaalleverancier geworden in schoonmaakproducten en reinigingsmiddelen, materialen en machines."Jaap vervolgt: "Exclusiviteit is een loos begrip geworden. Is de exclusiviteit alleen nog een kleur van een machine? Daarmee kun je jezelf niet meer onderscheiden." Ove-

Papierwaren is een fastmover bij Exclusiva.

rigens betekent dit niet dat we helemaal geen exclusieve zaken meer hebben. Jaarlijks struinen we wereldwijd beurzen af om nieuwe, gepatenteerde producten te vinden en die exclusief in onze collectie op te nemen. De export is niet in verhouding met de verkoop op nationaal niveau, het verschil tussen de importeur en de distributeur is grotendeels weggevallen. Er is een andere marktbenadering."

## GEEN DOZENSCHUIVER

"Ons sterke punt is niet alleen de breedte van ons assortiment," stelt Jaap. "Een breed assortiment kan ook betekenen dat je het voortbestaan vooral dankt aan 'dozen schuiven'. Je levert het product weliswaar goedkoop, maar hebt geen toegevoegde waarde als leverancier. Juist dat laatste is waar de klant om vraagt. Je merkt steeds vaker dat klanten eigenlijk geen zin hebben om met leveranciers te praten. Dat komt omdat de meeste verkoopgesprekken tegenwoordig alleen maar gaan om de prijs. Natuurlijk kunnen wij ook voor een goede prijs leveren, maar onze kracht zit niet alleen daarin. Die zit hem naast de breedte van ons assortiment ook in de fijnmazige eigen distributie waardoor we op het juiste moment op de juiste plaats kunnen leveren; indien gewenst zelfs tot in de werkkast. Zo nemen wij de zorg voor de interne distributie bij de klant uit handen. Een volgend sterk punt is vraaggericht werken. Vaak komen klanten bij ons terecht omdat ze een schoonmaakprobleem hebben waar ze niet uitkomen. We luisteren dan naar het probleem, analyseren het en geven aan hoe dit probleem kan worden verholpen. Daarbij staat voor ons niet de meest winstgevende oplossing primair op de voorgrond. Sommige dingen zijn bijvoorbeeld goed op te lossen met eenvoudige middelen en dat adviseren wij dan ook. Het feit dat we al zo lang in het vak zitten is bijna een garantie dat we altijd een oplossing voor een schoonmaakprobleem hebben."

## INRUILMACHINES

Een ander voorbeeld van vraaggericht werken is het aanbieden van occasions en reparatie. Simon: "We hebben vaak inruilmachines. Die lopen we technisch helemaal na. Soms maken we van een aantal machines weer één goede die nog jarenlang meekan. Daarvoor hebben we onze eigen technische dienst die ook reparaties uitvoert. In economisch lastige tijden is het aanbod van deskundige reparatie van machines en de tweedehandsmarkt een interessant alternatief voor onze klanten. Er is minder geld voor investeringen, zodat machines langer in bedrijf worden gehouden of ter overbrugging een gebruikte machine wordt gekocht." Jaap vult aan: "Denk ook eens aan startende ondernemers. Die kunnen voor weinig geld een goede gebruikte machine kopen, In de toekomst kunnen zij altijd een nieuwe aankoop bij ons doen. Dat gebeurt meestal ook en zo is er voor beide partijen winst en ontstaat vaak een langdurige relatie."

Concentratie op lijnen is nog een laatste sterk punt van Exclusiva. Jaap: "Je moet niet zwalken. We kiezen bij voorkeur voor een aantal merken als Hefter, CoP, CTM, MP Machines en Tana met ecolabel. Daarnaast kopen we in het groot materialen onder private-label in, zoals microvezelsconcepten en hygiënepapier. Deze lijnen promoten we. Alle andere middelen en materialen hebben we op voorraad omdat klanten daarom vragen. Ook machines kopen wij in het groot in. Wij bieden veel keus met een uitgebreid assortiment en dan is er wel eens een machine bij, waarvan de verkoop stagneert. Ten slotte vat Simon de visie van het bedrijf en daarmee de meerwaarde van Exclusiva samen: "Wij zijn een no-nonsense bedrijf en luisteren oplossingsgericht naar klanten. We zeggen wat we doen en doen wat we zeggen." ▮

**INFORMATIE**
www.exclusiva.nl

## NIEUWBOUW EN VERHUIZING

De Amsterdamse vestiging beslaat 10.000 m². Inmiddels barst men daar echter uit de voegen. Omdat het huidige industriegebied binnen afzienbare tijd een herstructurering zal ondergaan, denkt Exclusiva na over een nieuwe en grotere vestiging. Er wordt ook concreet al uitgebreid. In Zwolle zal in 2010 een nevenvestiging ontstaan. Die is nodig door de overname van Beniers dat in Dedemsvaart gevestigd is. Exclusiva koos voor nieuwbouw in Zwolle om de klanten in noord Nederland beter te kunnen bedienen. Het nieuwe pand ligt op een perceel van 2500 m². De distributie blijft in Amsterdam.