

GOEDE CIJFERS IMG

'We bedrijven topsport met zijn allen'

ETTEN-LEUR - De woonbranche, inclusief keukens, deed het over het algemeen goed in 2015. Zowel het CBS als INretail meldden mooie cijfers. "Klopt," zegt Piet Boeye, directeur van de Internationale Meubel Groep (IMG) waarvan het hoofdkantoor in Etten-Leur gevestigd is. "Maar wij deden het als IMG nóg beter dan de markt, terwijl we ook in de crisisjaren groei hebben weten te realiseren." Met hem en Rob van Drunen en John Pleijte praten we over het vorige jaar en de ambities van de groep voor 2016.

Van Drunen is Franchisemanager Wonen, Pleijte is in dezelfde functie verantwoordelijk voor Keukens. "We ervaren een toenemende interesse van ondernemers om zich bij een van onze formules aan te sluiten. Natuurlijk omdat we zakelijk gezien succesvol zijn, maar wat zeker ook een rol speelt, is dat we werken met als motto: 'Van, voor en door ondernemers'. Dat spreekt hen aan, ondernemers bepalen zélf het beleid en vanuit Etten-Leur faciliteren we alles wat nodig is voor een optimaal winkelproces. We zijn een laagdrempelige organisatie en staan heel dicht bij de ondernemers. Bovendien hebben wij als organisatie geen winstoogmerk: de resultaten vloeien terug naar de ondernemers."

Hechte club ondernemers

Dat de club hecht is, bleek onder meer tijdens het IMG-formule event dat medio december vorig jaar in Rotterdam plaatsvond. De zeer positieve resultaten over 2015 werden aan de franchisenemers (met 111 winkels) bekendgemaakt; alle vier IMG-formules (Pronto Wonen, Profijt Meubel, Superkeukens en Keukendepot) hebben het zeer goed gedaan. "Onze formules presteren ruimschoots boven het marktgemiddelde en daar zijn we trots op. Vorig jaar was echt uitzonderlijk goed. De franchisenemers en hun medewerkers leveren dagelijks topprestaties in hun winkels en dat zie je terug in de resultaten. We bedrijven topsport met zijn allen," aldus Rob van Drunen en John Pleijte.

Het marktgemiddelde ligt rond de 12 procent, daar zit IMG gemiddeld gezien boven. Een precies percentage groei is lastig te geven. Het is een optelsom van bestaande en nieuwe zaken en niet alle filialen draaien al een vol jaar mee. Hoe groot de groei precies is, is een genuanceerd cijfer. Het gemiddelde is ruim 15 procent. Pronto en Profijt openden beide hun dertigste winkel, Superkeukens groeide naar 42 winkels en Keukendepot naar negen. Daarnaast werden op het event in werkdag Rotterdam verschillende ontwikkelingen belicht op het gebied van marketing, opleiding en winkelbeleving en ook werden de visie en plannen voor komend jaar gepresenteerd.

Succesfactoren

Hoe komt het dat de bij IMG aangesloten ondernemers sinds jaar en dag zo goed presteren? "Het staat of valt met de inzet van ondernemers en hun team. In de groep zijn nogal wat familiebedrijven vertegenwoordigd, die soms al generaties lang actief zijn in de branche. Er zit veel kennis en kunde in die winkels, ondernemers zijn vaak zelf actief op de winkelvloer en kennen hun klanten met hun wensen en problemen door en door. Dat is de winkelkant. Als we kijken naar de organisatie vertrouwen ze erop dat wij hen op tal van gebieden ontzorgen. Dan kunnen zij zich op de verkoop richten, die natuurlijk

het allerbelangrijkst is. Vanuit IMG zijn we ons sterker gaan focussen op de marketing. We kijken naar wat voor welke formule nodig is en passen daar onze strategie op aan. Met Superkeukens bijvoorbeeld zijn we gestopt met de verspreiding van huis-aan-huisfolders en ligt de focus van onze marketingstrategie veel meer op het gebied van online en televisiecampagnes. De naamsbekendheid is sindsdien omhoog geschoten. Pronto Wonen is sinds begin dit jaar in tv-commercials te zien. We doen, kortom, veel aan exposure van onze formules. Daarnaast hebben we geïnvesteerd op automatiseringsgebied, wat heeft geleid tot meer efficiency."

Wat ook belangrijk is en steeds belangrijker wordt, is de kwaliteit van verkoopmedewerkers. IMG traint al jaren winkelpersoneel en sinds begin dit jaar is Hans Matla begonnen als Manager Opleiding & Training. "We ontwikkelen eigen cursusmateriaal voor onze Academy, waar medewerkers zowel online trainingen kunnen volgen als bij ons in Etten-Leur. Dat werpt zijn vruchten af, want voor een gezonde winkel is goed opgeleid personeel van levensbelang. Consumenten kunnen op veel plekken meubelen en keukens kopen, maar je kunt het verschil maken met deskundige medewerkers, waarbij de andere randvoorwaarden vanzelfsprekend ook in orde moeten zijn zoals een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding en een hoog serviceniveau."

Voor dit jaar is de verwachting dat zowel Pronto als Profijt doorgroeien naar elk 35 winkels. DroomDomein heeft geplust en zal ook dit jaar expanderen. IN.HOUSE, de formule met woon- en eetkamermeubelen, wordt inmiddels door enkele tientallen ondernemers in het hele land gevoerd en wordt meer formulematig in de markt gezet. Superkeukens zal ook in 2016 het aantal vestigingen verder gaan uitbreiden en de prognose voor Keukendepot (opgericht in 2012) is een toename met drie zaken. Samenvattend zal ook dit jaar weer kunnen worden toegevoegd aan het succesverhaal van IMG.

Profiel IMG

De Internationale Meubel Groep (IMG) is de organisatie achter de formules IN.HOUSE, DroomDomein, Superkeukens, Pronto Wonen, Profijt Meubel en Keukendepot. Samen tellen de formules meer dan 150 winkels. Alle concepten hebben met elkaar gemeen dat ze van, voor en door ondernemers ontwikkeld en geëxploiteerd worden. De thuisbasis van de Internationale Meubel Groep is Etten-Leur. Het Managementteam werd recent versterkt met Pauline Hanen (Retailmanager Wonen) en Hans Matla (Manager Opleiding & Training). De uitbreiding van het MT hangt samen met de expansie van IMG en de toekomstplannen waarin verdere groei een belangrijke rol speelt.