

# Kwaliteit vóór kwantiteit

**Twee jaar geleden introduceerde Garden Impressions een uniek concept op de markt: het rechtstreeks leveren van mixed containers vanuit China aan de klant. Dat concept bleek succesvol, en dreigde zelfs té succesvol te worden.**

Commercieel Directeur Harmen Wim Lammers kan er nu om lachen, maar terugkijkend op het seizoen hebben ze bij Garden Impressions in Swifterbant alle zeilen moeten bijzetten: "We redeneerden dat die containerverkoop de druk op ons magazijn zou doen afnemen. Maar de klanten deden zoveel nabestellingen dat de leverbetrouwbaarheid op een gegeven moment in gevaar dreigde te komen."

## Vloervulling

De manager vertelt: "We hadden twee concepten: Red Card en Green Card. Red Card was het normale containerconcept waarbij je containers rechtstreeks van de fabriek geleverd kreeg. Twee jaar geleden zijn we met Green Card begonnen, waarbij de klant mixed containers kan bestellen. Dat heeft een enorme vlucht genomen en daar zijn we nog steeds uniek in. Deze groupage maakt het voor een klant mogelijk in kleinere aantallen gedifferentieerd in te kopen. Dat betekent dat hij naast die stoel en die tafel ook een parasol of een voetje mee kan laten komen. Eigenlijk is het zo dat de eerste

showroomvulling compleet in één container kan worden besteld. Dat gebeurt vaak, zelfs zo vaak dat we ons daar een beetje op hebben verkeken. We dachten namelijk dat dat ten koste zou gaan van onze magazijn-omzet. Als Garden Impressions proberen we de komende jaren toch meer containers te verkopen, en uit het magazijn zeg maar als service na te leveren. Maar wat bleek? Mensen kopen massaal die Green Card containers en gaan er dan ook van uit dat dat per artikel containervolume is. Maar als er 25 verschillende artikelen in zitten, zit er niet zo heel veel per artikel in. Dus ze hebben hun eerste vloervulling gehad, en ze hebben nog een beetje voorraad voor de komende week, maar dan is het afgelopen. Dan wordt er uit het magazijn bijbesteld. Dus in plaats van dat we een teruggang uit de magazijnverkoop hadden, kregen we juist een enorme toename. Dat heeft een behoorlijke druk op het magazijn opgeleverd. Gelukkig hadden we al redelijk geanticipeerd door wat uit te breiden in capaciteit, ook in het magazijn. We hadden ook veel meer voorraad ingekocht en meer bij onze fabrieken laten voorproduceren"

## Grouperen

Voor het komend seizoen introduceert Garden Impressions een aanvullend concept: Pink Card. "In onze faciliteit in zuid-China doen we de Red en Green Card concepten. In oost-China hebben we onlangs 8.000 m2 grond gekocht, daar zullen wij ons Pink Card principe uitrollen. Daar in die oos-

telijke regio zit een aantal van onze grootste partners, dus we kunnen een groot deel van ons Pink Card concept daar invullen. Dus wat we nu doen in zuid-China voor alles, gaan we daar doen voor een select gezelschap. Dat betekent dat we een stukje kosten kunnen reduceren, omdat we in oost-China al gaan grouperen en ook verzenden. Dus de voorraad hoeft niet meer eerst helemaal naar zuid-China te worden gebracht. Het gaat vanaf oost-China direct op de boot en naar de klant toe. Dat voordeel geven we terug aan de klant." Om de klant nog meer tegemoet te komen, probeert Garden Impressions die containerleveringen ook wat op te rekken. Lammers: "We hadden eerst altijd twee deadlines, intakemomenten, nu hebben we er drie. De eerste is al op 24 augustus, dan moeten de eerste containerorders er zijn. Daar hebben we onze kick-off show al voor gehouden."

## Upgrading

Een andere belangrijke aanvulling heeft te maken met de totale upgrading die de tuinmeubelmarkt doormaakt. Bestond het assortiment tot dit seizoen nog uit de drie labels; Gold, Garden Impressions en het budgetlabel My Garden, voor het komend seizoen wordt het assortiment uit dat laatstgenoemde label voor een groot deel ondergebracht in een nieuw label, Basic. Lammers: "We hebben een aantal kwaliteitsverhogende maatregelen getroffen, vooral in het lage segment, zoals de toepassing van Tiger poedercoating (absolute topkwaliteit!) en een



geïntensiveerde Quality Control in China. Onze producten in alle prijsklassen hebben nu een upgrading gehad, en wij vinden dat ons budgetassortiment qua kwaliteit niet meer in My Garden thuishoort, het is een wat hoger segment. Daarvoor hebben we Garden Impressions Basic opgestart." Garden Impressions heeft nu dus alle labels onder de eigen "overall brandname" gebracht, dat is praktischer voor de dealer en herkenbaarder voor de consument. "Daarnaast hebben we de productiemethoden verbeterd voor onze fabrieken, waarmee de kwaliteitsstandaard weer iets omhoog is gekrikt. De klant vraagt meer, wil betere kwaliteit en dergelijke, en wij moeten zorgen dat we dat kunnen leveren."

## Complete pakketje

Lammers vervolgt: "In de toekomst zal het product en de prijs niet meer alleen doorslaggevend zal zijn voor de klanten. Je zult daar veel meer zaken aan moeten hangen: een goed logistiek concept, soepele betalingsmogelijkheden, extra faciliteiten voor de klant, automatisering, kortom een verdere professionalisering. De klant wil het complete pakketje hebben." Als voorbeeld van de automatisering noemt Lammers de mogelijkheid die dealers hebben om via de website van Garden Impressions niet alleen alle producten en de specificaties daarvan te

bekijken, zij kunnen ook eventuele reclamaties direct in het systeem laten opnemen. En de voortgang van hun reclamatie volgen: het 'dossier' is te allen tijde door de dealer in te zien. "Zeg maar een tracking en tracing systeem van reclamaties. Dat geeft de klant een hoop duidelijkheid."

## Eigen koers

Lammers' bedrijf is langzaam bezig, een geheel eigen koers te varen: "We gaan zelf meer ontwikkelen. We zetten steeds meer zelf trends en modellen, de mallen zijn ook van onszelf. Ook daar evolueren we in, en we hebben een goed en compleet team dat in staat is om een concept goed op te pakken en er zelf een model van te maken. Die modellen laten we vastleggen op auteurs-, model- en op patentrechtelijk vlak. Ik durf niet te beweren dat we volledig trendsetters zijn, maar we zijn ook niet meer trendvolgend zoals in het verleden. We krijgen wel meer en meer een eigen gezicht, we worden herkenbaarder. Dat is vooral met de prijs/kwaliteit verhouding, maar we krijgen ook steeds meer Garden Impressions modellen. Daar zijn we best trots op. Voor het komend seizoen hebben we bijvoorbeeld een complete vlechtwerk loungeset (banken, stoelen en tafels) die stapelbaar is. Dat zie je

nergens anders. Ook geschikt voor terrassen van restaurants, om maar wat te noemen. Niet zwaar, praktisch, en een uniek model. En we hebben nog veel meer."

## Ambitie

Garden Impressions maakt dus een flinke groei door. Wat is de ambitie op de lange termijn? Lammers: "We hebben beslist niet het beeld dat we per se Europa in willen en de grootste willen worden. Er zijn genoeg voorbeelden te noemen van bedrijven die kapot zijn gegaan aan hun expansiedrift. Daar hebben wij geen behoefte aan. In principe kunnen we vanuit China containers sturen naar elk land ter wereld. Maar het moet allemaal wel te behappen zijn, te beservieren. Dat hele eerder genoemde pakket moet er achter staan. De aftersales moet erop zijn afgestemd, onderdelen, betalingen, communicatie. Dat gaat niet zomaar. We hebben een goede naam te verliezen. We proberen een goed bedrijf op te bouwen die structureel goed presteert, en dat kan alleen maar als je gefaseerde stappen neemt die je goed overdenkt."

Garden Impressions is op de spoga te vinden in Hal 2.1, Standnummer c 021-d 020.