

Boma biedt sterke ondersteuning bij de inkoop

Boma is in België en Luxemburg wellicht de grootste onafhankelijke totaalleverancier van professionele schoonmaakbenodigdheden. In Nederland is het bedrijf onterecht nog minder bekend, maar daarin wordt nu verandering gebracht. Niet zo gek wanneer je bedenkt dat het bedrijf nu al een dikke 113.000 leveringen per jaar doet! Boma wil zich onderscheiden van andere distributeurs door het aanleveren van efficiënte oplossingen op vlak van product & materiaalkeuze, kostenbeheersing & administratieve vereenvoudiging.

TEKST: LEON VAN DEN BERG



Boma voert drie belangrijke schoonmaaklijnen, v.l.n.r. Directeur Geerling Kok van Boma Harderclean met Trio floor, Account Manager Martijn Burgemeester met het nieuwe Pro-Bio floor in hervulbare flacon en Key Accountmanager Gert Bresseleers met Eco Floor. Deze drie lijnen zijn er ook voor sanitair en interieur.

WIE IS BOMA

Boma begon bijna vijfendertig jaar geleden met het verkopen van **borstels** en **matten** aan onder andere kloosters en scholen. Dat verklaart ook meteen de naam. Omdat deze klanten om steeds meer zaken vroegen en het klantenbestand breder werd, is het bedrijf uitgegroeid tot een grote totaalleverancier in schoonmaakproducten. In eerste instantie groeide men met het als groothandel verkopen van producten van derden, maar inmiddels brengt Boma – in nauw overleg met gerenommeerde fabrikanten – eigen producten op de markt. Daarmee is Boma in de Benelux een grote onafhankelijke leverancier geworden met 3500 voorraadartikelen en een omzet van € 35 miljoen. Het bedrijf heeft meer dan honderd medewerkers in dienst verdeeld over vijf vestigingen. Met de verwerving in 2006 van Harderclean is de stap gezet om

ook in Nederland een belangrijk marktaandeel te veroveren.

HARDERCLEAN

De keuze voor Harderclean in Biddinghuizen (Flevopolder) was niet willekeurig. Het bedrijf had een groot schoonmaakbedrijf als klant dat in het zuiden van Nederland ook door Boma werd bediend. Bovendien had het bedrijf net een nieuw, modern distributiecentrum van 1000m² gebouwd en bleek uitbreiding ter plaatse mogelijk. Toen de visies van beide bedrijven heel goed op elkaar aan bleken te sluiten, was de deal snel rond. De afgelopen jaren is gewerkt aan een integratie van de bedrijven. Nu is er nog een dubbele naamvoering, maar in de nabije toekomst zal deze worden veranderd in Boma Nederland BV. Ook de regio is vastgesteld. Het huidige Harderclean zal zich logistiek vooral boven de grote rivieren inzetten. Daaronder vindt de bevoorrading vanuit Antwerpen plaats. Nederlandse klanten hebben een vaste Nederlandse contactpersoon.

BOMA CONCEPT

Boma wil op een gezonde manier zijn marktpositie in Nederland versterken. Men streeft ernaar tegen 2011 een top vijf speler te zijn in Nederland met behoud van de onafhankelijke positie. Dit doel kan alleen bereikt worden door een lange termijn samenwerking op te bouwen met klanten. Boma helpt hen om het traject voor de schoonmaaktechnische inkoop te vereenvoudigen en het totale kostenplaatje (TCO) zo laag mogelijk te houden. Deze benadering heeft Boma groot gemaakt in België en Luxemburg en dat wil men nu ook in Nederland realiseren.

Zo'n voornemen dreigt al snel te verzanden in loze frasen, maar al sinds het eind van de jaren tachtig wordt daaraan structureel gewerkt. Zo werd al in 1989 het IT-programma Delivery On Site/Delivery on the Branch (DOS/DOB) ontwikkeld, waarmee de klanten een goed zicht houden op hun bestellingen en hun uitgavenpatroon. Sindsdien is de IT-ontwikkeling verder gegaan en kunnen, omdat een klantenhistorie is ingebouwd, bijvoorbeeld afwijkende bestellingen bijtijds gesignaleerd worden. Ook zijn de gegevens te koppelen aan het eigen ERP-pakket van de klant, waardoor de bedrijfsadministratie aanzienlijk vereenvoudigd wordt. Bij de IT is ook veel aandacht voor goede communicatie. Leverplanning en gescande aflevernota's zijn bijvoorbeeld online beschikbaar en de status van elke bestelling kan gemakkelijk opgevraagd worden via het 'Track & Trace'-systeem.

BREDE KLANTENKRING

Inmiddels heeft Boma een uitgebreide klantenkring opgebouwd. Naast schoonmaakbedrijven behoren gemeentelijke overheden, de food- en non-foodindustrie en de zorg tot de klanten. In 2009 zal er ook worden gefocust op de betere horecazaken. Een diverse klantenkring zorgt ervoor dat een bedrijf er voor wat betreft de productontwikkeling op het vinkentouw moet zitten. Ook daarin investeert Boma, niet alleen door een eigen IT-afdeling die software op maat voor de klanten maakt, maar ook door een eigen afdeling product development van vier mensen..

TRIO PRODUCTLIJN

De onafhankelijkheid van Boma

wordt gegarandeerd door de eigen productontwikkeling. Er is dus sprake van private-labels: zelf ontwikkelde producten die op eigen recept geproduceerd worden door een 'partner/fabrikant'. Het standaardconcept Trio dat nu vijftien jaar bestaat wordt in drie variëteiten geleverd: voor interieur, vloer en sanitair. Het cijfer achter de benaming geeft de pH-waarde aan. Uniek is het doseersysteem. Een door het bedrijf zelf ontwikkelde knijpfles zorgt ervoor dat er nooit meer of minder dan 20 ml schoonmaakmiddel wordt gebruikt. Overtollig schoonmaakmiddel vloeit met een retourleiding terug in de flacon. Deze flacon is eenmalig, maar kan wel door Boma hervuld worden. Verpakkingskosten maken dertig procent uit van de productiekosten en daarom is onder meer een statiegeldsysteem in het leven geroepen. Naast deze niet zelf hervulbare flacons, zijn er ook flacons die de klant zelf vanuit een jerrycan kan vullen.

ECOVER & PRO-BIO

De vraag naar ecologische en biologische schoonmaakmiddelen wordt steeds groter. Voor ecologische schoonmaakmiddelen is samenwerking gezocht met Ecover, de wereldleider voor ecologische was- en reinigingsmiddelen. Samen met Ecover heeft Boma vijf jaar geleden een co-label productlijn ontwikkeld en is zodoende de grootste verdeler van de ecologische producten op de professionele markt in de Benelux. Overigens is daarbij wel een kanttekening te maken. In België en Luxemburg maakt de Boma-Ecoverlijn al bijna een kwart van de omzet van de schoonmaak- en wasproducten

uit, maar in Nederland blijft de vraag nog steken onder vijf procent vanwege de behoudende markt!

Aan de andere kant is er vanuit de zorgsector en de voedingsmiddelenindustrie wel een vraag gekomen naar biologische schoonmaakmiddelen. Hiermee worden goede bacteriën ingezet om de voedingsbodem voor slechte bacteriën te vernietigen en zo de gevaarlijke bacteriën het leven onmogelijk te maken. Deze Pro-Biolijn met ontgeurende werking is onlangs op de markt gekomen. In een volgend nummer van Clean Totaal komen we daarop uitgebreid terug.

TRAINING MAAKT DE MAN/VROUW

Naast de drie productlijnen levert Boma nog tal van andere producten voor de professionele schoonmaakbranche zoals werkwagens, stofwissystemen, werkdokken, maar ook reinigingsmachines (van stofzuiger tot schrobzuigmachine). Boma is hiervoor partner van wereldmarktleider Nilfisk. En...natuurlijk zijn er nog altijd de borstels en matten, al is dat nu nog maar een klein onderdeel van het productgamma. Overigens heb je weinig aan de ruim 3500 producten als je niet weet



hoe je ze moet gebruiken. Daarom


geeft Boma ook nog eens 200 door de Belgische overheid erkende dus subsidiabele opleidingen per jaar. Boma onderzoekt de mogelijkheden om deze opleidingen ook in Nederland te laten erkennen. Ook de eigen medewerkers worden goed getraind. Een nieuwkomer doorloopt eerst vier weken opleiding in het Boma Opleidingscentrum, zodat hij of zij straks de Boma-klanten met deskundig advies terzijde kan staan.

ENJOY CLEANING

Onze schoonmaakbranche krijgt vaak niet de aandacht en het respect dat ze verdient. Met deze totaalaanpak wil Boma een grotere tevredenheid scheppen zowel bij de uitvoerders als bij de contractbeheerders. Een missie die Boma in de nabije toekomst nog verder wil uitdragen in de gehele BeNeLux. ■

INFORMATIE

Boma-Harderclean BV
Ploegschaar 15-17,
8256 SM Biddinghuizen
Tel.: +31 (0)32 1333808
www.boma.nl

 Bekijk ook de filmimpressie op www.cleantotaal.nl