

‘Onze nieuwe franchiseformule IS EROP GEËNT DAT EEN SLAGER SUCCESVOL EN RENDEMENTVOL KAN OPEREREN’

VLEESWARENGROOTHANDEL DE WAAL VERS BV HEEFT SLAGERIJKETEN GELDERBLOM OVERGENOMEN. NA DEZE OVERNAME HEEFT EEN HERSTRUCTURERING VAN DE FRANCHISEFORMULE VAN GELDERBLOM PLAATSGEVONDEN OP BASIS VAN DE INHOUD, STRUCTUUR EN UITSTRALING. ER WORDT INGEZET OP ORGANISCHE GROEI VAN DE FRANCHISEKETEN. “WIJ HEBBEN DE FRANCHISEFORMULE TEGEN HET LICHT GEHOUDEN EN HET FORMULEPAKKET UITGEBREID, ZODAT EEN SLAGER SUCCESVOL EN RENDEMENTVOL KAN OPEREREN. DE ONDERNEMER MAAKT MOOIE STAPPEN DOOR TE KIEZEN VOOR ONZE FRANCHISEFORMULE”, BENADRUKT FORMULEMANAGER JOS GELDERBLOM.

De Waal Vers BV en Slagerij & Partyservice Gelderblom kwamen zo’n drie jaar geleden met elkaar in contact. “Wij beleveren 150 tot 175 slagerijen per week met vlees en vleeswaren. Wij zijn niet blind voor de ontwikkelingen in de sector, waarbij we zien dat slagers succesvol kunnen ondernemen maar worstelen met bedrijfsopvolging. Natuurlijk valt er voor ons een winkelpunt weg als een slagerij sluit, maar nog belangrijker vinden wij dat de branche zich verder professionaliseert. Zodoende willen wij talentvolle ondernemers faciliteren om een bestaande winkel over te nemen via de Gelderblom-franchise”, legt commercieel directeur en

franchisegever Auke de Waal uit. Jos Gelderblom vult aan: “Onze formule zit structureel op 20+ slagerijen in Nederland. Sinds 1984 bekleedden we ook een leveranciersfunctie, maar we voelden dat er een moment kwam om Gelderblom door te ontwikkelen. Daarbij wilden we niet met iedereen in zee gaan, maar kijken wat voor mensen achter een bepaald bedrijf zitten. De identiteit en de kernwaarden van De Waal en Gelderblom passen uitstekend bij elkaar. Zodoende dat we met elkaar om tafel zijn gegaan. Dat heeft geleid tot de overname. Nu zijn we klaar om de vernieuwde Gelderblom-franchise te communiceren met de markt.”



VOL FORMULEPAKKET ZONDER VERDIENMODEL

Deelnemers aan de franchise biedt slagerijen een platform 'om een vervolgstap te maken qua professionaliteit'. "Vaktechnische kennis vanuit de slagerij wordt gekoppeld aan kennis op het gebied van winkelverkoop, marketing en productkennis. Daarin leren we enorm veel van elkaar", weet De Waal. "Wij komen bij meer dan 150 slagerijen over de vloer en leveren rund, vlees, kip en lamsvlees. Alle vragen over product en kwaliteit kunnen door ons beantwoord worden, maar slagers die deel (gaan) uitmaken van de franchiseformule kunnen op nog veel meer rekenen dan alleen een dagelijkse levering door onze groothandel", stelt hij.

Gelderblom legt uit: "Wij hebben het als noodzakelijk geacht om de formule voller en waardevoller te maken binnen onze huidige franchisefee en marketingvergoeding. Dat maakt dat we een waardevol formulepakket hebben, maar nog steeds de voordeligste slagerij franchiseformule van Nederland zijn. Ook de startfee is nog steeds hetzelfde bedrag, maar die wordt nu volledig ingezet om daarmee de winkel 'meteen goed in de markt te zetten'. Naast financiële begeleiding door Winkelmanagement, doormiddel van de bedrijfsmonitor, een hygiëneaudit (0-meting) opstarten, een wekelijks reclamepakket en de inzet van ons digitale pakket (narrowcasting, website, e-mail) en onze kassasoftware, zetten we meteen de zaak goed neer. Door alles meteen in kaart te brengen en te monitoren, kan de ondernemer uit de startblokken schieten. Daarnaast communiceren we in de startweek een openingsmagazine waar we het verhaal van de ondernemer vertellen aan toekomstige consumenten. Deze troef zet meteen de koers en visie van de ondernemer neer. Dit is een van de belangrijkste troeven in de beginfase. Het magazine wordt dan ook huis-aan-huis verspreid. Kortom, ontzorgen en faciliteren op maat vanaf de eerste dag!"

Voor de start wordt er zeer zorgvuldig geanalyseerd wat de financiële positie van de slagerij is, en wat deze wordt voor de nieuwe ondernemer. Zodra we het ondernemersrisico goed in kaart hebben, kunnen we voorspellen of vanaf de eerste dag een goede bedrijfswinst te behalen oor de ondernemer.

Auke en Maarten de Waal



Pas dan gaan we verder. Financieringen die de ondernemers nodig hebben, betrekken we bij de reguliere kanalen, want ook zij scannen de financiële slagingskans. Hoge rentes via externe financiers zijn wat ons betreft eigenlijk geen optie. Heeft de bank vertrouwen, dan hebben wij dat ook. Daarmee is het ondernemersrisico zo laag mogelijk. Je moet ook eens 'nee' durven zeggen tegen zowel een ondernemer als de locatie als dit twijfelachtig is. Dus zeker 'ja' om ten koste van alles te groeien. Die boemerang komt altijd terug. Altijd."

AMBITIEUZE SLAGERS GEZOCHT

"We hebben het afgelopen jaar drie nieuwe vestigingen geopend en vijf nieuwe ondernemers hebben gekozen voor het Gelderblom-avontuur. Ondanks deze mooie groei, en na een turbulente periode, zetten we in op een organische groei, met gepassioneerde slagers die in de regio Midden-Nederland hun ambities kunnen waarmaken", vervolgt Gelderblom, die het verhaal aanhaalt van een jonge slager die recent op weg is geholpen dankzij de vernieuwde Gelderblom Franchise. "Hij had zich bewezen als chef-slager en uitgesproken voor zichzelf te willen beginnen, op voorwaarde dat hij zijn tijd en energie vooral in de presentatie, de verkoop en het klantcontact kon steken. Administratie, financiën, website, audits... Daar had hij minder zin in. We hebben die jongen van A tot Z begeleid. Een heuse ondernemer-in-de-dop. We hebben een profiel opgesteld van hem en een risico-inventarisatie uitgevoerd, waaruit duidelijk werd dat er voor hem vanaf dag één een goede boterham te verdienen zou zijn. Wij begroten altijd voorzichtig en als we denken dat het financiële plaatje of vooruitzicht te fragiel is, beginnen we er niet aan. De ondernemer moet uiteraard zijn eigen winkel financieren, maar we helpen wel met de gesprekken met de bank en de onderhandelingen over huurcontracten en de lengte van contracten."

Dat ondernemers die deelnemen aan de franchiseformule, zeker starters, financieel worden begeleid, is een pré. Gelderblom: "Arbeidskosten zijn duur, dus het advies is zo min mogelijk arbeid. De winkels die de formule uitvoeren zoals hij bedacht is, halen het getal 35 ruimschoots. Dat getal is een soort van heilige graal, die Jan vroeger al toepaste. De 35+ regel is gebaseerd op de kengetallen brutowinst minus de personeelskosten."

Ook merkt Gelderblom op: "Onze eigen worstmakerij (al sinds 1994 worstmaker Hans van Leeuwen) is hier een essentieel onderdeel van. Ambachtelijke kwaliteit vleeswaren uit onze eigen worstmakerij, is iets waar we ongelooflijk trots op zijn. Door de groei van de formule, hebben we sinds kort een productmanager die meerdaags actief is ter ondersteuning van onze worstmakerij, zicht hard maakt voor productverbetering en praktisch inzetbaar is bij onze ondernemers."

MEER VRIJHEID, MEER GARANTIES

De vernieuwde franchiseformule biedt ondernemers zowel meer vrijheid als garanties. "Wij hebben een uitgebreid assortiment, waardoor de slager zijn toonbank goed kan invullen en de markt breed kan benaderen. Van oudsher hadden franchisenemers een 100% inkoopverplichting. Nu geven we ze de mogelijkheid om 10% vrij in te kopen bij leveranciers die voldoen aan

Jos Gelderblom ▶



▲ De nieuwe huisstijl van de franchise

◀ Gerrit van Woudenberg



bepaalde eisen, zodat een slager zich lokaal kan onderscheiden en hij meer in zijn kracht komt. Door een gedeelte van de verplichte inkoop los te laten, zorg je ervoor dat de ondernemer optimaal in de markt kan staan met een gewenst assortiment."

"Tegelijkertijd word je financieel beloond als je maximaal gebruikt maakt van leverancier De Waal. Dit hangt uiteraard af van de grootte van de winkel, maar dit kan oplopen tot substantiële bedragen", vertelt Gelderblom. Hij geeft aan hoe een samenwerking nog meer gestalte kan krijgen. "Wij werken met een opstartpakket om de winkel meteen klaar te maken voor de franchise. Denk aan huisstijl, bedrijfskleding, maar bijvoorbeeld ook een openingsmagazine. Dat is een prachtig vormgegeven boekwerk met hoogwaardige fotografie, waarin het verhaal en de eigenheid van de slager naar voren komen. Waarin duidelijk wordt gemaakt dat het vlees afkomstig is uit onze eigen worstmakerij en waarin natuurlijk de openingsacties komen te staan. Elke slager heeft zijn eigen verhaal, maar niet iedere vakman kan dat goed naar buiten brengen. Zodoende helpen wij hem of haar hierbij", zegt hij. "Neem de recente overname die wij begeleiden, waarbij een jonge ondernemer een zaak overneemt met een goede historie. In het openingsmagazine laten we al het goede van het oude voorbij komen plus alle eigenheid van de nieuwe slager. Zodoende wordt het een aanvulling op het oude vertrouwde. We gaan dus niet veranderen. Dat maatwerk is essentieel voor de toekomst van een onderneming."

Iedere ondernemer die instapt kan ook rekenen op een professioneel bedrijfsfilmpje. "Met professionele apparatuur en begeleiding. Een leuk filmpje waarin hij zijn klanten kan toespreken en dat gedeeld wordt op onze en de sociale media van de slager."

INTENSIEF TRAJECT

Ondernemers krijgen via 'Mijn Gelderblom' toegang tot een online platform waar alle inhoudelijke en digitale communicatie zal plaatsvinden. "Met een interne webshop waarin onze partners (non-food) producten kunnen aanbieden. Daarnaast bevat het systeem veel marketingtools die zowel voor

ondernemers als de formules van enorme waarde kunnen worden", zegt Gelderblom. Die voegt tot slot toe: "Bij een vernieuwde formule hoort een nieuwe frisse huisstijl. Het nieuwe logo heeft een upgrade gekregen passend bij deze tijd. We hebben naast de uniforme uiting van het merk Gelderblom ruimte gemaakt om lokaal de naam van de ondernemer toe te voegen. Het credo 'Slagers sinds 1984' vertelt dat we inmiddels een club van bijna 25 slagers zijn, die al bijna veertig jaar actief zijn in de slagersmarkt. De huisstijl zal komend jaar geïmplementeerd worden bij onder meer onze eigen verpakkingslijn en toegepast worden op de nieuwe vestigingen."

Meer informatie:

Gelderblom Franchise | +31 (0)6-83829202 (Jos Gelderblom)
+31 (0)78-6817900 (Auke de Waal) | info@gelderblomfranchise.nl
www.gelderblomfranchise.nl

GELDERBLOM HEFT EEN EIGEN FRANCHISERAAD

Gelderblom is door middel van een beoordelingstraject erkend door de NFV De Nederlandse Franchise Vereniging. Naast de visie van de formules zijn de contractuele, juridische, en inhoudelijke onderdelen van de formules getoetst door een franchisecommissie. Vanuit het aspirant-lidmaatschap is Gelderblom inmiddels Erkend Franchisegever geworden. Voorzitter Gerrit van Woudenberg vertelt namens de franchiseraad: "Gelderblom is geen wereldconcern, maar wil rustig en gestaag groeien door bewust te kiezen voor slagersondernemers met ontwikkelingspotentieel. De organisatie achter deze franchiseformule staat stevig. De professionaliseringsslag is gemaakt, dus iedere slager die zich erbij wil voegen, krijgt te maken met een zeer betrouwbare en betrokken franchisegever."