



Van 'New Kid On The Block' tot professionele dealerorganisatie

Toen wij 15 jaar geleden startten met het vakblad Greenkeeper was de markt nog prettig overzichtelijk. Je had een zeer select aantal golfmachine dealers die de circa 100 golfbanen van Nederland van nieuwe machines voorzagen. Daarbuiten had je de grote boze wereld waar ook andere merken als John Deere een toentje mee mochten blazen. Maar deel uit maken van het selecte clubje golfbaanmachine importeurs was nog een paar maten te groot. Inmiddels is er wel het een en ander veranderd. De golfmarkt is nationaal veel groter en opener geworden. En van de importeur van 15 jaar geleden bestaat eigenlijk nog maar één bedrijf in zijn oude samenstelling. Ook in Internationale zin is de golfmarkt veel internationaler en opener geworden. In zekere zin is deze ontwikkeling sterk beïnvloedt door de komst van John Deere op de golfmarkt zo'n 10 tot 12 jaar geleden. In het eerste begin werd nog wel eens besmuikt gelachen over de machines die John Deere op de markt bracht. Een pakket dat met de visie van nu verre van compleet was en ook wat gedateerd aandoet. Maar het springend hert heeft een enorme ontwikkeling achter zich en in Nederland onderscheidt John Deere Importeur Louis Nagel zich door de eigenzinnige manier waarop zij hun eigen weg kiezen.

Auteur: Hein van Iersel

New Kid

Het is duidelijk John Deere een professionele speler is geworden in de nationale golfmarkt. Dat vertaalt zich niet alleen in de totale line-up, maar misschien nog wel meer in de manier waarop de markt wordt bediend. Essentieel in deze aanpak is een netwerk van 12 golf equipment dealers die contact onderhouden met de Nederlandse golfbanen. Sinds eind 2004 worden deze 12 dealers actief ondersteund door een eigen golf equipment manager. Een nieuwe functie die aangeeft welk belang John Deere en importeur Louis Nagel hechten aan de Nederlandse golfmarkt. Voor deze functie mag Marc Kipperman het spits afbijten. Kipperman heeft al de nodige ervaring opgedaan met John Deere producten omdat hij al sinds 1999 in dienst is van Nagel.

Gas bijgeven

Het feit dat Nagel een speciale golf equipment manager aanstelt is volgens Kipperman gewoon een kwestie van extra gas geven, in de slag naar



een verdere professionalisering. Lansink: "Wij willen als John Deere groeien naar een complete leverancier. Dat betekent dat je alles onder controle moet hebben. Niet alleen de verkoop en dan niet meer thuis geven. Wij zijn van mening dat het pas begint als de machine verkocht is." Marc Kipperman: "Het is funest als een eindgebruiker een machine niet goed of niet optimaal gebruikt, omdat hij slecht geïnstrueerd is. Daarom hechten wij heel veel belang aan een goede aflevering".



Benoeming van golf equipment manager is bewijs voor de professionalisering Marc Kipperman (rechts) en zijn collega Gert Jan Lansink

Dealers

In de marktbenadering van John Deere en Nagel vervullen de 12 golf equipment dealers een cruciale rol. Kipperman: John Deere bestaat 170 jaar en Louis Nagel 130 jaar en voor beide bedrijven geldt dat de dealers het succes hebben gemaakt. Kipperman: "Alleen de dealer is in staat om veelvuldig en intensief contact te hebben met de eindgebruiker. Dat contact is essentieel om alle voordelen van de John Deere producten en de John Deere organisatie volledig tot zijn recht te laten komen.

Essentieel is ook de onderdelen voorziening, die Europees georganiseerd is vanuit het Duitse Bruchsal, waar een immens groot onderdelenmagazijn 98% van alle reserveonderdelen non stop op voorraad heeft. In het onwaarschijnlijke geval dat een bepaald onderdeel niet op voorraad is, wordt een hele lijst met procedures afgewerkt, die moet garanderen dat het onderdeel zo snel mogelijk bij een van de vele John Deere fabrieken of een lokale John Deere dealer wordt weggehaald en naar de eindgebruikers of zijn dealer wordt gestuurd.

Trendsetter

John Deere ziet zichzelf niet als een trendvolgder. Het gelooft meer in een eigen koers. Kipperman: "Wij hebben bijvoorbeeld nooit geloofd in de trend van een aantal jaar geleden om allemaal om te switchen naar 7-delig. Het motto was toen hoe groter hoe beter, inmiddels zien wij dat al onze collega's ook kiezen voor kleinere machines." Kipperman: "De denkfout, die wel eens gemaakt wordt is om capaciteit gelijk te stellen aan werkbreedte. Wij denken anders en

eisen een goede kwaliteit ook als de maaiomstandigheden misschien niet helemaal optimaal zijn. En in Nederland met zijn vochtige klimaat is dat eerder regel dan uitzondering." Ontwikkelingen die sterk gepromoot worden zijn onder andere de command arm op de meeste maaiers. In deze command arm zijn op een overzichtelijke wijze alle belangrijke bedieningen bij elkaar gebracht.

USA Europa

John Deere is natuurlijk in zijn oorsprong een Amerikaans bedrijf en nog steeds worden in Amerika een groot aantal producten ontwikkeld. Toch ziet Kipperman dat er veel aandacht is voor de manier waarop Europeanen met tuin- en parkmachines omgaan. Kipperman: "Het meest opvallende verschil is natuurlijk diesel voor Europa en benzine voor Amerika. Hoewel dat ook aan het veranderen is. Amerikanen kiezen steeds meer voor de duurzaamheid en het onderhoudsgemak van dieselmotoren." Voor Nederland komt daar nog een financieel argument bij. Diesel aangedreven motoren zijn in het gebruik economischer en duurzamer. Een tweede belangrijk verschil is de aandacht die Europa geeft aan werkcomfort en de mens op de machine.

John Deere is constant actief met het ontwikkelen van nieuwe machines. Zoals hieronder een Zereturn cirkelmaaier. Een maaier die volgens marktgoeroes een grote toekomst tegemoet gaat. De foto werd genomen tijdens een productpresentatie in Bruchsal.

