

## EEN HELIKOPTERVISIE, NETWORKING EN MARKTONDERZOEK

FEBIN, EEN OVERLEGPLATFORM VOOR LEVERANCIERS EN FABRIKANTEN

Het tempo van de veranderingen in de markt gaat stevast de hoogte in. Om concurrentieel te blijven, is het belangrijk de marktontwikkelingen op de voet te volgen. De organisatie van een overlegplatform is daarbij geen nieuw gegeven. Het gebeurt in zowat alle sectoren, en dus ook in de DIY. De retail groepeerd zich, zo ook de leveranciers. Door regelmatig te overleggen met collega's uit andere productgroepen, kan men snel op de bal spelen en problemen aankaarten en counteren. Febin laat het overleg gestructureerd verlopen en biedt zijn leden bovendien tal van andere voordelen, zoals marktstudies en ledenkortingen.

Michiel Vergauwe

### Febin

Febin werkt samen met Comeos om een gezonde consensus te vinden tussen retail en toeleveranciers voor alle gemeenschappelijke dhz-problemen. Iedereen die actief is in het leveranciers- en/of fabrikantgebeuren, kan lid worden en zich kandidaat stellen voor de raad van beheer. Hieruit wordt er om de vier jaar een nieuw raadslid gekozen om te zetelen in BDA. Febin wil tot een beter inzicht komen van de markt, zodat de globale dhz-activiteit gedynamiseerd kan worden.

Het houdt ruim contact met zijn leden door nieuwsbrieven, infosessies en werkgroepen. Vier keer per jaar vindt er een Business Club plaats, waar de leden kunnen bijpraten.

### Werkgroepen

Om een leveranciersstandpunt te bewerkstelligen, is het nodig om de besprekingen rond de hot items in de BDA te kanaliseren. Werkgroepen verfijnen het standpunt van de supply. Een actuele werkgroep werkt rond het thema 'bronbeveiliging'.

### Toenadering

Sinds 2001 is Febin lid van fediyima. Het zetelt er viermaal per jaar in de raad van bestuur. Samen organiseren ze het Global DIY Forum. Via Febin hebben leden aan verminderde prijs toegang tot fediyima onderzoeksrapporten. De organisatie onderhoudt contacten met de WDIY Council. Via Comeos wordt er gelobbyd voor de belangen van de leveranciers. Febin werkt ook mee aan de Comeos networking events, die leden tegen een verminderd tarief kunnen bijwonen.

### Marktinformatie en meer

Maandelijks informeert Febin zijn leden over de GfK-omzetbarometer tegen een voordeeltarief. Febin ontwikkelde voor zijn leden software voor het inlezen van orders. Dergelijke projecten zijn individueel moeilijk te realiseren. Febin zet op regelmatige basis studies van de markt, de retailers en de consumenten op en rapporteert de resultaten confidencieel naar de individuele leden, die deze actuele cijfers kunnen aanwenden om hun werking te verbeteren. □

### "TOEGANG TOT INFORMATIE VANUIT VERSCHILLENDE HOEKEN"



**Peter Van Roy (Kärcher):** "Als lid van Febin heb je toegang tot info vanuit verschillende hoeken; van collega's, maar ook van marktonderzoek. Die zijn voor ons extra interessant, omdat ze info geven over hoe de markt werkt, ook in het buitenland. Het is nuttig om te weten wat er elders leeft. De cijfers leren ons onze producten beter in de markt te plaatsen en ook hoe we ons beter op één segment kunnen focussen en daar het meeste uit kunnen halen."

### "ZONDER FEBIN ZOU IEDEREEN IN ZIJN EIGEN VAKJE ZITTEN KLEUREN"



**Bruno De Bruyne (Scala Plastics):** "Deze samenkomsten zijn ideaal om op de hoogte te blijven van de markt. Het zijn gelegenheden om uit de kooi te breken waarin ik dagelijks vastzit, en eens naar buiten te treden. De activiteiten van Febin bieden je de kans om de markt in al haar opzichten te leren kennen. Zonder Febin zou iedereen in zijn eigen vakje zitten kleuren, zonder op de hoogte te zijn van wat er nog allemaal op de markt leeft."

### "DE HELIKOPTERVISIE VAN EEN FEDERATIE DOET ONS RUIMER KIJKEN"



**Luc Van Schil (Aquaplan):** "De helikoptervisie van een federatie doet ons ruimer kijken dan de eigen productgroep. Een overlegplatform zoals de BDA, waar zowel de retail als de supply vertegenwoordigd is, is nuttig, niet alleen om on speaking terms te blijven, maar ook om snel op de bal te spelen. Door een regelmatig overleg kunnen sectorproblemen snel gedetecteerd worden en kunnen we spreken over hoe we die het best aanpakken."

### "OPGEDANE KENNIS DAN AANWENDEN IN DE EIGEN ORGANISATIE"



**Emanuel De Decker (Metafranc):** "Ofwel kies je ervoor om alleen te blijven staan, ofwel om de markt te doorgronden. Daarvoor is een kennis- en overlegplatform nodig. De onderzoeken leggen tendensen bloot waar de leverancier passend op moet reageren. Je leert bij door te spreken met collega's uit andere productgroepen die op dezelfde markt opereren. Iedereen kan de opgedane kennis dan aanwenden in de eigen organisatie."