

20% besparingen: Decathlon Benelux realiseert een aanzienlijke verlaging van zijn drukwerkkosten

DE KLANT Decathlon (Benelux)

KOSTENCATEGORIEËN Drukwerk

SECTOR Detailhandel

DE KLANT

Decathlon, opgericht in Frankrijk in 1976 en onderdeel van de groep OXYLANE, vervaardigt en verdeelt sportartikelen onder zijn eigen merk en van andere internationale merken.



“

Tijdens onze eerste vergaderingen met Expense Reduction Analysts stemden we erin toe om te worden uitgedaagd in onze huidige manier van werken, zelfs als dat tot een herziening van de samenwerking met onze leveranciers zou leiden. De transparantie en de snelheid van de methodologie van Expense Reduction Analysts was zeer geruststellend. Dat gaf ons vertrouwen in de voorgestelde alternatieven. Bovendien overtroffen de financiële resultaten onze verwachtingen, en het kwaliteits- en dienstenniveau is minstens even goed als voorheen.”

ILYA CHARDOME, MARKETING DIRECTEUR DECATHLON

HET PROJECT

Als vrij jong bedrijf dat alleen maar jaren van groei heeft gekend, was Decathlon Benelux zich bewust van de voordelen die de implementatie van een kostenbeheersingsprogramma met zich mee zou kunnen brengen. Daarom gaf Pieter Van Dyck, financieel directeur, aan Johan Van Delm, managing partner van Expense Reduction Analysts, de opdracht om de drukwerkkosten te analyseren en te optimaliseren.

Het jaarlijks drukwerkbudget van Decathlon Benelux bedroeg ongeveer 1,3 miljoen euro. Het grootste gedeelte van dit budget was bestemd voor 2 miljoen huis-aan-huis promotiefolders per maand. De volledige coördinatie, van het grafisch ontwerp tot het eigenlijke drukwerk en de verdeling, was uitbesteed aan een agentschap. Decathlon had zelden rechtstreeks contact met de drukkerij, maar was zeer tevreden over het kwaliteits- en dienstenniveau.

Expense Reduction Analysts stelde aan Decathlon Benelux voor om hun inkoopstrategie van een one-stop-shop in een expertbenadering te veranderen, door met een beperkt aantal partners te werken die de beste bewezen deskundigheid hebben in hun domein en die in staat zijn om aan de behoeften en verwachtingen van Decathlon te voldoen. Het grafisch ontwerp bleef bij het agentschap. Om de meest geschikte drukwerkleverancier te vinden, lanceerde Expense Reduction Analysts een offerteaanvraag naar een selectie van vier gevestigde spelers in de Benelux (onder wie de bestaande leverancier).

De marketingdirectie van Decathlon geruststellen dat een verandering van leverancier geen impact zou hebben op de kwaliteit en de continuïteit van de dienstverlening, noch de werkbelasting voor het marketingteam zou vergroten, was een kritische succesfactor voor het project. Daarom organiseerde Expense Reduction Analysts bezoeken aan de vestigingen van de twee aanbevolen drukkers. De presentaties van de verschillende betrokkenen die voor Decathlon zouden werken (van het opnemen van de bestellingen tot de uitvoering ervan), maakten dit tot een zeer persoonlijke ervaring en hielpen om voor alle betrokkenen te verduidelijken wat van hen verwacht zou worden.

Dankzij deze offerteprocedure slaagde Decathlon Benelux erin om zijn drukwerkkosten met 20 procent te verlagen; het besloot om een groot gedeelte van deze besparingen te herinvesteren in bijkomende promoties.