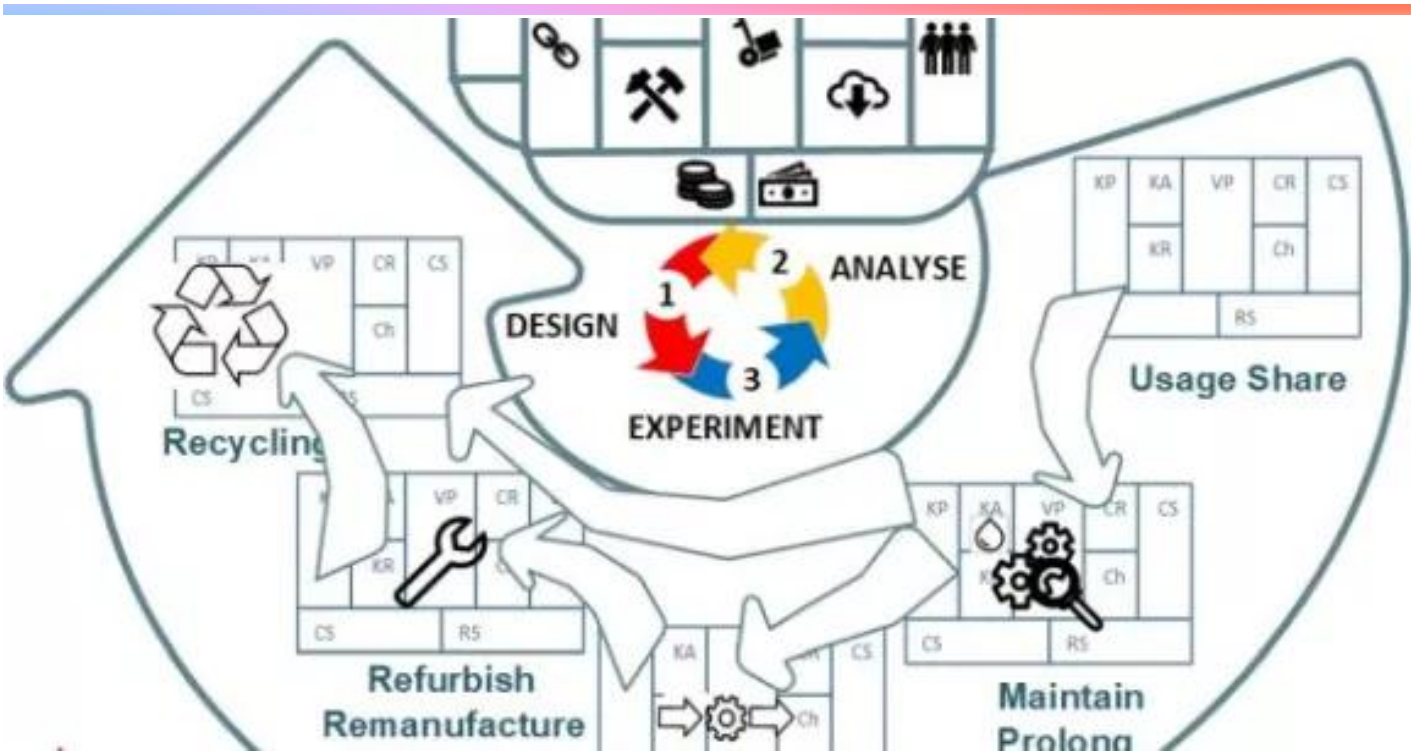


Doe uw business groeien door de levensduur van uw producten te verlengen

28 mei 2018, 02:00

Thomas Vandenhaute

Tot aan Circular Economy Day Belgium op 21 november delen wij met u de sleutelinzichten uit Circular Economy Connect, het lerend netwerk opgestart door Sirris en Agoria. Dit in de vorm van een aantal 'long reads', elk geïllustreerd met sprekende Belgische cases.

Eind 2016 startten Sirris en Agoria Circular Economy Connect op, een lerend netwerk waar tech-bedrijven die voorlopen op het vlak van circulaire economie onderling ervaringen uitwisselen en in dialoog gaan met topexperts ter zake.

Vaak wordt nog gedacht dat circulaire economie synoniem is voor het recycleren van materialen afkomstig van afgedankte producten. Dat is echter slechts een heel klein onderdeel van de oplossing. Hergebruik, reparatie en 'remanufacturing' komen eerst. Het idee is om de toegevoegde waarde waarover een product initieel beschikt, zo volledig en zo lang mogelijk te behouden.

Levensduurverlenging reduceert in de meeste gevallen de totale milieu-impact. Het gaat om langer functionaliteit bieden met dezelfde hoeveelheid grondstoffen. Maar waarom zou u als producent inzetten op hergebruik, reparatie en herfabricatie? Leidt het verlengen van de levensduur van uw producten niet tot minder verkoop van nieuwe producten?

Hoe geld verdienen met producten die blijven meegaan?

Hierbij drie voorbeelden die aantonen dat u (rechtstreeks of onrechtstreeks) geld kunt verdienen met producten die blijven meegaan.

Bij **Originair**, een dochterbedrijf van **Atlas Copco**, worden oude luchtcompressoren geherfabriceerd tot nieuwe producten met eenzelfde functionaliteit en krijgen zo een tweede leven. Waarom besliste Atlas Copco via Originair in te zetten op 'remanufacturing'? Het laat toe een grotere klantengroep aan te spreken, een graantje mee te pikken van de tweedehandsmarkt van oude compressoren, en de merkreputatie te beschermen door ervoor zorgen dat ook in die tweedehandsmarkt de Atlas Copco-standaarden op het vlak van kwaliteit, levertijden en service hoog worden gehouden.

De verkoop van 'remanufactured' compressoren remt de verkoop van nieuwe producten niet af. Beide reeksen zijn complementair. Klanten van Originair zijn bedrijven met een beperkter budget die toch een A-merk in huis willen halen. Daarnaast zijn er heel wat bedrijven die bewust voor een combinatie van nieuw en 'remanufactured' kiezen. Dat kan zijn om de kosten te drukken, maar evengoed omdat die combinatie hun behoeften prima dekt. De 'remanufactured' machines fungeren dan bijvoorbeeld als back-up in hun persluchtkamer. Agoria liet hierover Kwinten Simoens, 'buy back engineer' bij Originair eerder al aan het woord.

SEB kiest doelbewust voor de verlenging van de levensduur van zijn producten. Het programma ' SEB repareert!' heeft als doelstelling: 'alle producten moeten herstelbaar zijn en hersteld worden'.

SEB doet dat als volgt:

- integratie van repareerbaarheidscriteria bij het ontwerp van producten en meting van hun repareerbaarheidsgraad
- het aanleggen van een voorraad reserveonderdelen (5,7 miljoen reserveonderdelen)
- organisatie van een internationaal netwerk van getrainde partner-reparateurs (6.500 reparateurs)

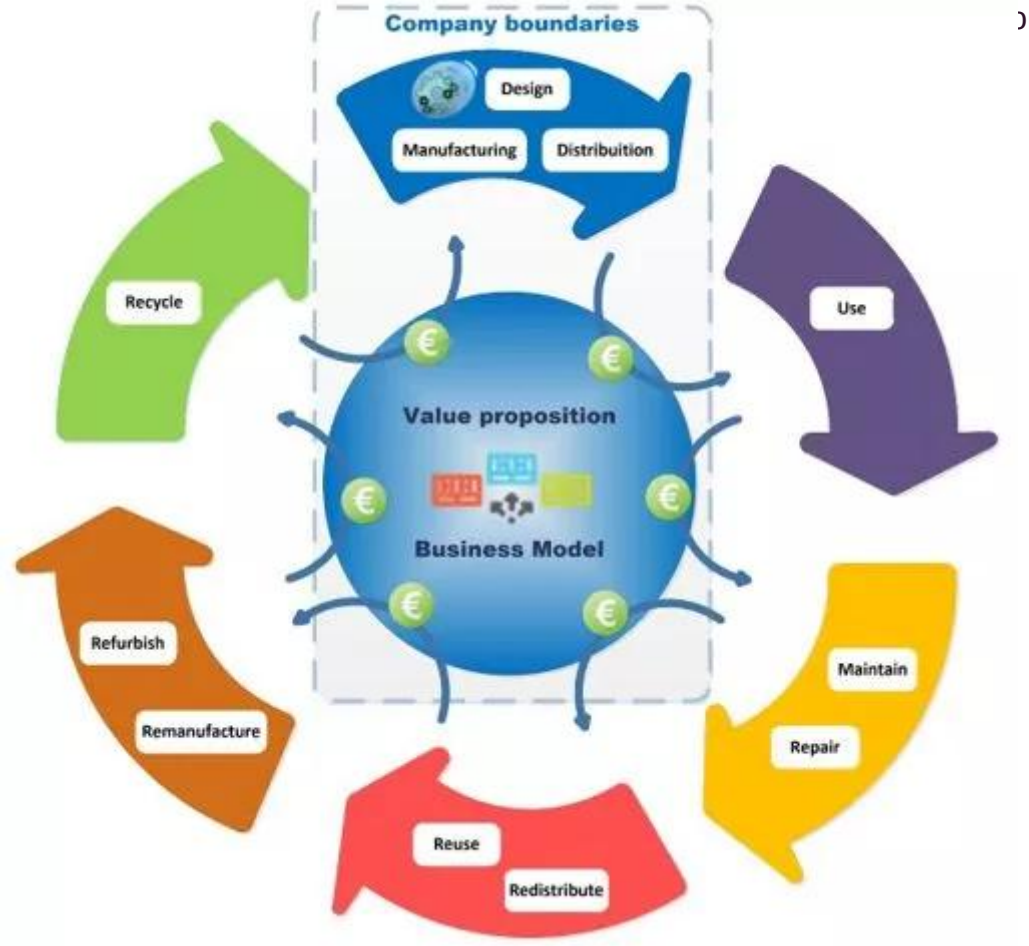
Om de consumenten in te lichten over de repareerbaarheid van producten, heeft SEB het logo '10 jaar herstelbaar' ontwikkeld. De hersteldiensten zijn an sich niet bedoeld om winstgevend te zijn, maar helpen wel het merkimago van SEB te versterken. Repareerbaarheid van de producten is een wijze om klantenloyauteit aan te moedigen en aankoop bij een concurrerend merk te vermijden.

BSH Home Appliances moedigt een tweede leven van zijn producten aan via een hechte samenwerking met de kringloopsector. Gebruikte huishoudtoestellen worden opgehaald en gesorteerd op basis van de staat waarin ze verkeren. De herbruikbare apparaten worden weer te koop aangeboden in de kringwinkel. BSH Home Appliances doet er alles aan om het leven van de herstellers bij de kringwinkel zo gemakkelijk mogelijk te maken: het stelt herstelhandleidingen ter beschikking, zorgt ervoor dat er reserveonderdelen voorhanden zijn en geeft training. Waarom is het faciliteren van hergebruik van hun producten interessant voor BSH Home Appliances? Het is een mooie manier om de klantenportfolio uit te breiden. Een student vindt bijvoorbeeld zijn eerste Bosch- of Siemens-vaatwasmachine in de kringloopwinkel, leert zo het merk kennen en koopt het dan later nieuw.

Er ontstaan dus nieuwe opportuniteiten waar de belangen van de producent samenvallen met deze van de klant. Door kwalitatieve tweedehands-, 'refurbished', 'remanufactured', 'pre-owned', 'nearly

new’ producten te verkopen aan een verlaagde prijs, kan de klant nog steeds genieten van OEM-(original equipment manufacturer) garanties, kwaliteit, en dienst na verkoop, maar kan de investeringskost wat drukken. Als producent bereikt u nieuwe klantensegmenten, u verhoogt klantenloyaliteit, werkt aan uw merkimago, en uzelf en niet anderen verdienen geld aan de tweedehandsverkoop van uw producten.

Denk hierbij in termen van aanvullende en hybride businessmodellen, die niet conflicteren met uw core-business. Het komt erop aan het huidige verdienmodel, dat meestal grotendeels of uitsluitend omsten gelinkt aan uw



Wie verdient geld aan uw verkochte producten?

Om nieuwe potentiële inkomsten te detecteren, kunt u de eenvoudige vraag stellen: wie verdient geld met mijn producten eens ze verkocht zijn? De kans is groot dat uw producten een tweede of derde leven zullen leiden. Bijna alle kwalitatieve producten worden onderhouden, hersteld, geüpgraded, tweedehands verkocht (soms meerdere malen), ontmanteld om de onderdelen ervan te hergebruiken, etc.

Tip: voer eens een **snelle web-search** uit, om te zien waar uw producten worden hersteld, onderhouden, of doorverkocht. Sommige onderdelen zijn misschien erg gewild. ‘Parts harvesting’ vormt voor sommige producten een erg lucratieve markt.

Er bestaat in vele gevallen nog een waardennetwerk, gebaseerd op uw producten. Wellicht verdienen anderen aan de verkoop van uw product. Nochtans bezit u als maakbedrijf vaak over de beste kennis van uw producten (gebruikte materialen, ontwerp, etc.). U bent dus uitstekend geplaatst om uw product of onderdelen ervan te onderhouden, herstellen, upgraden, nogmaals te verkopen. Het zijn diensten die geld kunnen opleveren én tegelijkertijd verkrijgt u extra info - over gebruikspatronen, slijtage, etc. - die nuttig kan zijn bij het ontwerp van nieuwe producten en bij het beheer van de productportfolio.

Sleutels om waarde te creëren via verlengde levensduur van producten

Eerst gaat u na of u de nodige kennis en competenties in huis heeft om dienstverlening te organiseren en aan te bieden. Welke ervaring heeft uw organisatie met servicetechnici, installateurs en dienst na verkoop?

Toegang verkrijgen tot de eindgebruiker is één van de belangrijke sleutels. Vermoedelijk moet u hiervoor nieuwe communicatiemiddelen inzetten, zoals via (ver)nieuw(d)e samenwerkingsverbanden, ‘tracking and tracing’, uw producten laten registreren door de gebruikers om extra dienstverlening te kunnen bieden, etc.

Denken vanuit de klant en de gebruikers is hoe dan ook een noodzaak. In een volgende publicatie komt u alles te weten over circulaire businessmodellen - denk aan product als een dienst, een leasing- of huurformule, een prestatiegebaseerde betaling (‘pay per use’), het delen van producten door verschillende gebruikers - en hoe die de (eind)klant centraal stellen.

Zin om zelf aan de slag te gaan en uit te zoeken wat de circulaire economie voor uw bedrijf kan betekenen? Neem contact op en wij zetten u op weg!

Co-auteur: Helen Versluys (Agoria)

]]>

Auteurs



Thomas Vandenhaute