

Geld verdienen met een onverwoestbaar product

02 maart 2020, 01:00

Thomas Vandenhaute

Geld verdienen met een product dat nauwelijks of nooit stuk gaat, het is een uitdaging en vergt een ander perspectief: verkoop uw product niet, maar vraag geld voor het gebruik van uw product of van zijn functionaliteit. Klinkt dit wat abstract? Om het concreet te maken geven we een voorbeeld van een kmo die erin slaagt om haar product - een inkommat - als een dienst aan te bieden aan de klant.

Verimpex maakt matten voor hoog beloop en wil zich vooral blijven richten op degelijke kwaliteiten en hoge functionaliteit. De evolutie naar goedkope en snel wisselende trendy producten vormt hierbij een echte uitdaging.

Verimpex gebruikt al jaren recyclaten en nevenstromen. Zo wordt één van hun high-end producten vervaardigd uit vliegtuigbanden, aluminium en staalkabel. Deze matten gaan makkelijk 20 jaar mee en hebben zo een extreem lange levensduur. Vanuit een eco-designstandpunt gezien dus een topproduct voor een circulair businessmodel. De realiteit is soms echter anders: de zoektocht naar een product-als-een-dienst model leerde Verimpex dat naast een lange levensduur er ook andere essentiële vereisten zijn. Zo is de mate van personaliseren, op maat maken, modulair ontwerp, … belangrijk om het businessmodel ook financieel haalbaar en aantrekkelijk te maken en te houden. Dat blijkt noodzakelijk om de risico's te beperken verbonden aan verbreken van contract, schadegevallen, efficiënt onderhoud, … of om specifieke klantensegmenten te kunnen bereiken.

Product-as-a-service

Sirris heeft Verimpex de mix van producteigenschappen, ontwerp, klantensegment, dienstverlening en verdienmodel helpen samenstellen, die beloftevol en waardevol is om verder in de praktijk af te toetsen. Aanvullend zijn via klanteninteractie leerlessen getrokken, waarmee Verimpex zijn diensten op het vlak van onderhoud en upgradeability heeft verfijnd en het bedrijf intussen 'matting as a service' aanbiedt.

De onderneming kiest voor producten die modulair zijn opgebouwd, zodat ze de wisselende modetrends en klantspecifieke vereisten en verwachtingen met beperkte kosten kunnen inlossen. De clou is dus om als diensteverlener erg dicht bij uw klanten te staan en hun mogelijk veranderende noden snel te detecteren. De relatie met uw klant is de echte sleutel.

Pas wanneer u deze klanteneisen goed kent, kunt u een aanbod bedenken op basis van uw expertise (producten), waarbij de doelstellingen van uw klanten en van u als leverancier gelijk lopen. In het geval van Verimpex is dat lange levensduur, blijvende functionaliteit (d.i. de goede zoolreiniging van de belopers), mooi uitzicht, upgradebaar, … Omdat de doelstellingen van klant en producten samen lopen, verdwijnt een deel van de spanning tussen beide partijen en ontstaat er een goede basis voor een langdurige samenwerkingsrelatie.

Vanzelfsprekend hebben we het nog niet gehad over de heel wat praktische, juridische en financiële aanpassingen die nodig zijn om zo'n product als een dienst te realiseren. Het goede nieuws is dat er intussen toch al wat voorlopende bedrijven zijn, die al een deel van deze hindernissen opgeruimd of minstens verlaagd hebben. Ook hierover publiceerden we eerder een **blogpost** en hebben we bijgedragen aan studies en rapporten van derden, zoals https://circulair.econocom.be/.

Aanvaard marketingcookies om deze video te bekijken. FireFox-gebruikers moeten de 'Verbeterde trackingbescherming' van hun browser uitschakelen om deze video te bekijken.

Leren van elkaar is zinvol

Sirris en Agoria faciliteren deze interactie graag. Onze lerende netwerken CE Connect, die hun vierde jaargang ingaan, bieden deze mogelijkheden. Interesse om ook stappen te zetten? Lees dan zeker volgende blog, waarin deze lerende netwerken worden toegelicht.

De circulaire economie en het sluiten van de materiaalkringlopen krijgen terecht veel aandacht. Wilt u ook meerwaarde halen uit uw nevenstromen? Het project AFVALorisatie helpt u te lanceren!



(Bron foto: Verimpex)

Auteurs



Thomas Vandenhaute