

Waarom klanten kiezen voor remanufacturing

20 februari 2024, 18:24

Thomas Vandenhaute

Fact check: is lage prijs enige reden om voor ‘remanufactured’ producten te kiezen?

Soms horen we dat de lage prijs de enige reden is waarom een klant ‘remanufactured’ producten willen kopen. Dat triggerde ons. We gingen op onderzoek en leerden dat er nog wat meer troeven zijn om voor ‘remanufactured’ producten te kiezen.

De redenen waarom iemand een ‘remanufactured’ product wil, kunnen sterk verschillen. De belangrijkste redenen zijn:

1. Prijs/kwaliteit

Vele klanten zoeken alternatieven voor het gebruik van een hoogkwalitatief product aan een lage kost. Hier is een total cost of ownership (TCO) mogelijk de driver. Hier bestaat concurrentie met PaaS-modellen, terugname, extra dienstverlening, upgradebaarheid, …

Atlas Copco’s dochter Originair verkoopt ‘remanufactured’ compressoren. De klanten houden natuurlijk van de lagere prijs, maar altijd in combinatie met een andere rede: soms omdat het

bedrijf standaardiseert op merk, omwille van onderhoud, uniformiteit, … maar ze voor sommige gebruiksprofielen (bijv. stand-by compressors) de kosten toch willen drukken. Andere klanten zijn vooral op zoek naar een snelle, kwalitatieve oplossing.

2. Levertermijn en/of beschikbaarheid

In het geval de onderdelen dienen voor herstellingen, waarvan de gevolgkost (i.e. de kost van de tijd dat product, bijv. een productiemachine, niet kan gebruikt worden) veel groter is dan de absolute kost van de onderdelen, is de prijs wellicht van een lagere orde: levertermijn en beschikbaarheid van het onderdeel zijn de waardedrijvers die de prijs bepalen. Wanneer de onderdelen niet meer nieuw beschikbaar zijn, omdat het product niet meer in productie is, rest de gebruiker ook weinig keuze. In zo'n geval willen of kunnen de gebruikers soms de machine niet vervangen (op maat gemaakt, grote investering om te vervangen door geheel nieuwe installatie, …) en zal de bereidheid om te betalen voor 'remanufactured' onderdelen groter zijn.

Van Loock Motoren herstelt en opwaardeert niet-standaard elektromotoren o.a. ingebouwd als riemaandrijving in een grote installatie. Vervanging van de motor door een nieuwe zou grote gevolgkosten hebben zoals: een andere motorsteunplaat, nieuwe riemschijven, een nieuwe methode om de riem op te spannen, een andere geometrische opstelling waardoor mogelijk nog andere onderdelen van de installatie aangepast moeten worden, … In zo'n situatie kan het dus erg zinvol om zelf motoren die niet meer op de markt te koop zijn alsnog te opwaarderen, herstellen en beter aan te sturen. De kennisinbreng en de bijhorende dienstverlening van herstellen en opwaarderen minimaliseert dus de gevolgkosten.

3. Absolute waarde cash-out

Voor kapitaalarme ondernemingen die willen investeren in een apparaat is de absolute cash-out wellicht top of mind. De goedkoopste oplossing op dat moment zal gekozen worden. Voor producten die een korte resterende levensduur hebben, maar toch hersteld moeten worden, is de laagste kost natuurlijk ook doorslaggegvend.

4. Relatiebehoud (kwaliteit, dienstverlening, …) met leverancier

Klanten die kiezen voor uw product en dienst, standaardiseren op uw merk of kiezen voor een A-merk, hebben soms producten die niet zo intensief benut worden of die maar voor een specifiek project ingezet moeten worden. In zo'n geval is er geen zekerheid dat ze deze producten voor een lange tijd zullen gebruiken. De keuze voor kwaliteit maar aan lage kost is dan erg rationeel.
Ook in het geval er dienstverlening is gericht op product-upgrade, -herstelling,… kan de klant kiezen voor 'remanufactured' onderdelen. Het dienstencontract kan expliciet vermelden dat er ook gebruik gemaakt wordt van 'remanufactured' onderdelen in de dienstverlening.

Bij REM-B vond een geplande productiestilstand plaats van een machine waarvoor de standaard hydraulische componenten hersteld en opgewaardeerd moesten worden. Er werd een offerte opgemaakt op basis van wat vervangen moest worden en een vergelijking gemaakt van de prijs-kwaliteitverhouding ten opzichte van nieuwe hydraulische componenten. Dienstverlening in de vorm van doorlooptijd, detailrapport van inspectie van onderdelen,... overtuigen in dit geval gezamelijk de kopers.

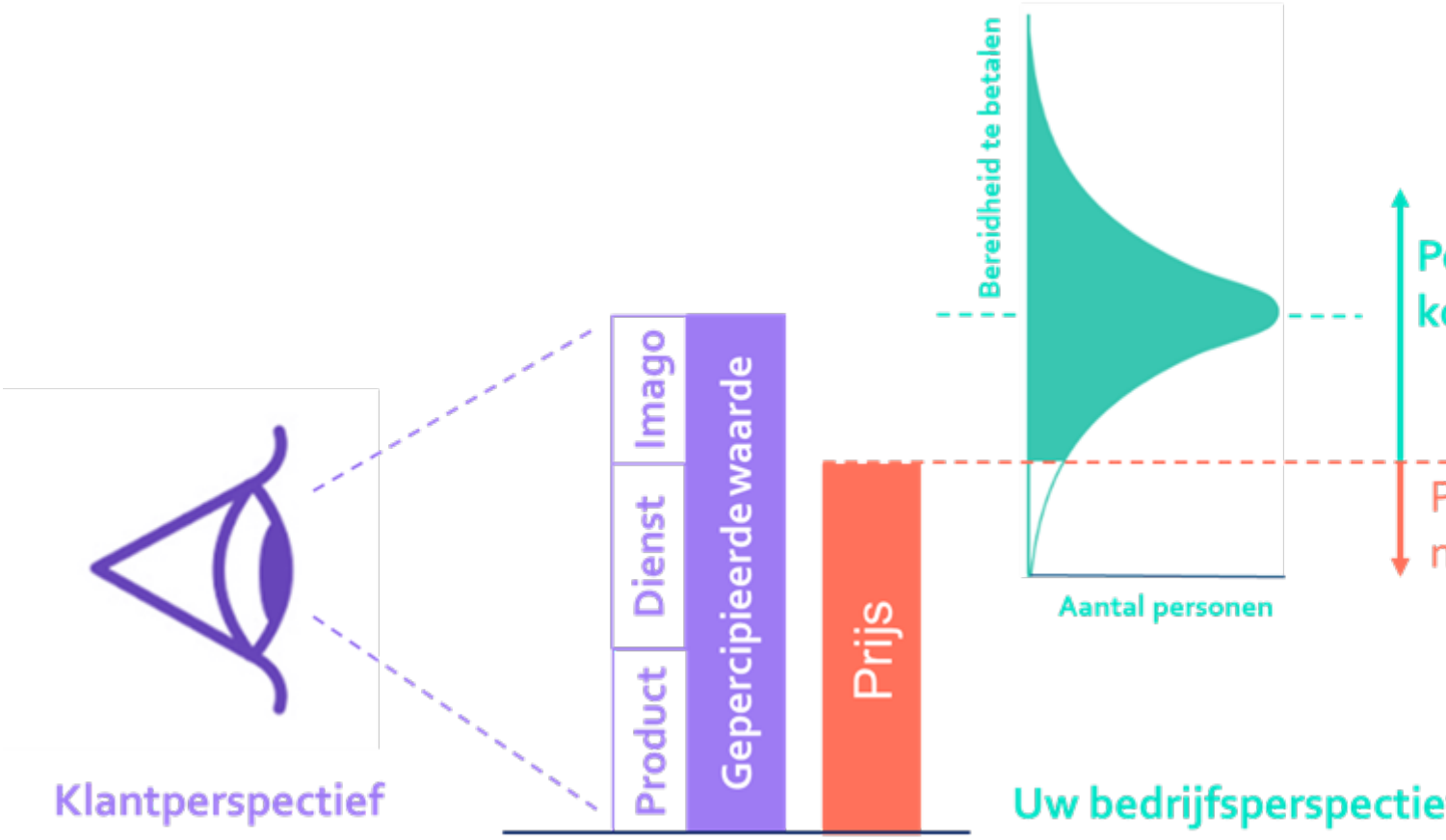
5. Om ook oude delen te kunnen retourneren

Voor producten die gevaarlijke stoffen bevatten of waarvoor een specifieke regelgeving geldt rond afvalverwerking kan het zijn dat de klant graag zijn ‘oude’ stukken inruilt voor nieuwe. De prijs staat dan in relatie tot de afvalverwerkingskost. Bijkomend ontzorgt het de klant omdat één partner de ‘ruil’ en alles wat er bij komt kijken (logistiek, ophaling van afval, …) op zich neemt.

Product-dienst-imago -mix

Er zijn nog wel meer redenen waarom klanten kiezen voor ‘remanufactured’ producten, maar deze steken er toch bovenuit. Zoals in elk verdienmodel moet het aanbod van product of product-dienst-combinatie tegemoetkomen aan een reële nood van een klant. Klanten (en bedrijven) zijn mensen, en mensen zijn nooit helemaal rationeel. Dat wil zeggen dat er ook een deel niet-tastbare redenen zijn die meespelen, zoals overtuiging, imago, …

De bereidheid van de klant om te betalen hangt dus af van de match tussen de klantennood en de door de klant gepercipieerde waarde van uw aanbod. Het is de combinatie van producten, diensten en imago dat voor klant de waarde bepaalt.



©Sirris, op basis van J. Vogtländer

Herfabricatie, herstel , opwaardering, refurbishing, hergebruik, … het zijn stuk voor stuk waardevolle *zeker van zijn dat u de meest geschikte strategie specifiek voor een kmo-context exploreert en uittest* *Remanufacturing als hefboom tot waardecreatie in een circulaire maakindustrie', met de steun van VI* *handvaten (technologieën, tools, …) aan die u helpen de risico's te beperken en de kans op succes t*

Ga zelf aan de slag met onze handige handvaten

U wenst meer info? Neem contact met ons op!

VLAIO

Gefinanci
de Europe
NextGenera

Auteurs



Thomas Vandenhaute