

<b>Opleiding</b>	Commerciële Economie
<b>Studenten</b>	Samantha Voorneveld
<b>Programmering</b>	2015-2016 (4 <sup>e</sup> jaars)
<b>Bedrijf</b>	Van Duijnen Horeca Service B.V.
<b>Titel</b>	Tapautomatisering' Van Duijnen Horeca Service B.V.
<b>Documentatie</b>	Adviesrapport

### **Inhoud Comakership**

Van Duijnen Horeca Service B.V. is samen met Van Duijnen Koffie B.V. een onderdeel van de Van Duijnen Groep. Van Duijnen Horeca is in 1941 opgericht in Amsterdam als leverancier van drankautomaten. Momenteel is Van Duijnen Horeca gevestigd in Almere en levert, installeert, onderhoudt en reinigt koel- en tapinstallaties en verzorgt tapautomatisering voor verschillende horecabedrijven binnen Nederland. Van Duijnen Horeca levert voornamelijk maatwerk en richt zich op het bieden van een totaalaanbod en een optimale service met landelijke dekking.

Van Duijnen is marktleider op het gebied van tapautomatisering met een marktaandeel van ongeveer 55%. Deze scriptie gaat over het verder uitbouwen van de positie op het gebied van tapautomatisering voor de horeca; een onderzoek in een heel specifieke niche van de markt. De student heeft zich gedurende de afstudeerperiode echt in de markt verdiept en is diepgaand op zoek gegaan naar de factoren die het succes kunnen bepalen. Financiering van de oplossing voor de doelgroep bleek een sleutelement te zijn. De student heeft op basis van bevindingen tijdens het onderzoek bijgestuurd en extra onderzoek gedaan onder mogelijke financiers. Uiteindelijk is er heel creatief en commercieel slim advies gegeven, goed ondersteund vanuit de theorie. Er wordt een nieuw distributiekanaal aangeboord dat een belangrijke rol kan spelen in de financieringsproblematiek. De opdrachtgever heeft aangegeven het plan uit te gaan voeren en enkele onderzochte financiers hebben concreet aangegeven serieuze belangstelling te hebben. De verwachte invloed op omzet en winst is groot.

### **Motivatie indiener**

De student heeft een uitstekende prestatie geleverd, wat heeft geresulteerd in een scriptie die staat als een huis, maar ook zeer relevant en bruikbaar is voor de opdrachtgever. Voorts onderscheidt de scriptie zich op de volgende elementen:

- *Innovatief*: de student heeft een innovatief concept ontwikkeld omtrent financiering van tapinstallaties, wat door geen van de concurrenten in deze branche wordt aangeboden.
- *Duurzaam*: een tapinstallatie draagt als product bij aan minder verspilling van dranken (tot 30%) en heeft daarmee een positief effect op het milieu. Het vervangen van verspillende 'oude' tapkranen door tapinstallaties is dus een goede zaak.
- *Toegepast onderzoek*: student heeft kwalitatief onderzoek verricht en heeft daarbij waardevolle (nieuwe) informatie verkregen. Daarbij is methodisch gewerkt, na het afnemen van de eerste zes interviews is de vragenlijst tussentijds bijgesteld en zijn de interviews herhaald. Verder heeft de student, naar aanleiding van het eerste kwalitatieve onderzoek, extra kwalitatief onderzoek verricht om een volledig beeld van de belangen van de stakeholders te krijgen.
- *Meerwaarde*: Het resultaat van het Comakership heeft geleid tot een nieuwe markt voor van Duijnen en is daarmee zeer relevant.
- *Ondernemend*: Student is ondernemend geweest in de zin dat zij zelf een nieuwe markt heeft 'gevonden' en omdat zij zelf actief contact heeft opgenomen met klanten en mogelijke financiers.

## Interview met genomineerde

‘Ik zag kans in een nieuw verkoopkanaal’

Als je tijdens je Comakership zo positief opvalt bij een bedrijf, dat je de vraag krijgt hier je afstudeerstage te doen, mag je trots zijn. Het overkwam Samantha Voorneveld (Commerciële economie) bij Van Duijnen Horeca.

### De uitdaging

Samantha: ‘De opdrachtgever wilde in 2017 20% meer omzet genereren met de verkoop van tapautomatisering aan hun belangrijkste segmenten. Tapautomatisering zorgt ervoor dat barsystemen zo zijn afgesteld, dat ze automatisch de vooraf ingestelde hoeveelheid drank schenken.

De opdrachtgever dacht zelf aan een productverbetering of de ontwikkeling van nieuwe promotiemiddelen voor het product. De oplossing van Samantha was verrassend. ‘De drempel voor horecaondernemers was de prijs. Kostentechnisch was een prijsverlaging onmogelijk. Ik analyseerde de manier waarop een horecaondernemer de inventaris en dranken inkoopt en ontdekte hoe brouwerijen (vooral vroeger) veel investeerden in (startende) horecabedrijven. Door 1 + 1 bij elkaar op te tellen, zag ik kans in een nieuw verkoopkanaal. Waarom het product niet aanbieden aan drankengroothandels? Deze kunnen het product op afbetaling verkopen aan de horecaondernemer. De drankengroothandel en de horecaondernemer gaan daarvoor een samenwerking aan.’

‘Win-win voor alle betrokken partijen. Meer omzet, langdurige samenwerking en besparing. Het levert financieel en indirect ook milieutechnisch voordeel op.’

### Verantwoordelijkheid

‘Tijdens mijn Comakership bezocht ik veel klanten en grote horecagroothandels alleen. Deze verantwoordelijkheid gaf me een kick. Daarnaast was het een uitdaging om ‘mijn constructie’ te verkopen aan de directeurs van grote drankengroothandels en de geleerde technieken praktisch toe te passen. Natuurlijk loop je af en toe tegen zaken aan. Het was bijvoorbeeld niet altijd makkelijk om respondenten te vinden. Gelukkig kreeg ik hulp van mijn praktijkbegeleider. Naast het omgaan met klanten, het telefonisch contact leggen en afspraken inplannen, heb ik geleerd out-of-the-box te denken.

Van Duijnen Horeca is druk met het werven van drankengroothandels als partners voor de door mij bedachte constructie. Dat geeft mij voldoening, omdat ik hierdoor het gevoel heb dat mijn advies serieus wordt genomen.’

### De nominatie

‘Ik vind het geweldig dat ik ben genomineerd voor beste Comakership 2016. Ik ben benieuwd naar de uitkomst en ik vind het leuk dat Windesheim Flevoland deze initiatieven neemt. Dat bevestigt weer dat de Comakerships serieus worden genomen en belangrijk zijn.’