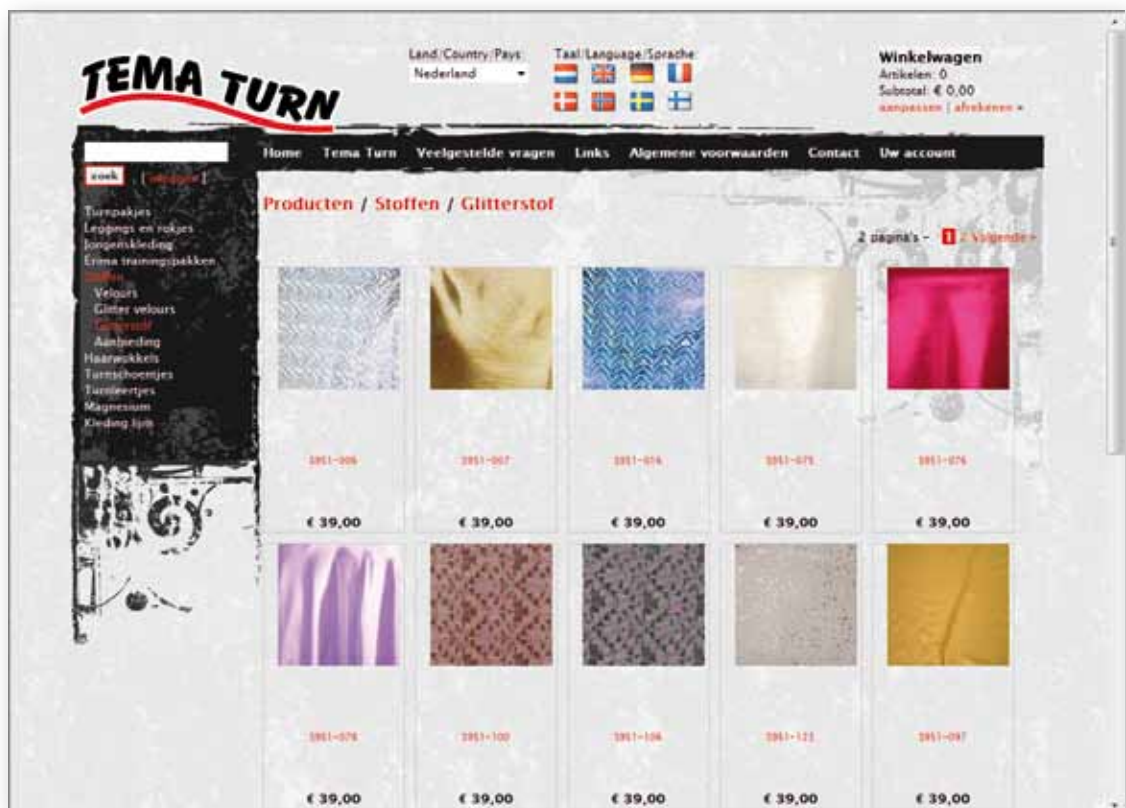


Tema Turn uit Utrecht moet wel een bijzonder bedrijf zijn. 'Ik moet altijd twee keer uitleggen wat wij doen', vertelt Thijs Verkade, de commerciële man van Tema Turn. 'Wij maken turnpakjes. Voor meisjes altijd nog sport nummer 1. En die turnpakjes verkopen we door heel Europa, van Noorwegen tot Griekenland.' Ondanks die internationale rol blijft Tema Turn bescheiden. 'Wij proberen eenvoudig en snel zoveel mogelijk turnsters van kleding te voorzien'.

Tema Turn BV

door
Joost van Meggelen

'King heeft ons rust en structuur gebracht.'



Voetspoor

Tema Turn ontstond 25 jaar geleden als een handel in sportkleding. Oprichter Sander van Balen trad daarmee in het voetspoor van zijn vader. Na vijf jaar kwam ook Ada, de vrouw van Sander, in de zaak. Op een gegeven moment vroeg de gymvereniging van hun dochter om de levering van turnkleding. Tema Turn begon toen met het maken van turnpakjes en inmiddels doet Tema Turn niet anders meer. 'We zijn er eigenlijk gewoon ingerold', concludeert Ada.

Tijdroevend

Ada: 'Een aantal van onze concurrenten van die tijd zijn gestopt of failliet gegaan. De consument ging daarom op zoek naar een nieuwe leverancier en kwam toen bij ons terecht, ook omdat wij al vroeg (in 2002) een website hadden. Daar stonden toen maar tien turnpakjes op en bestellen kon je alleen per e-mail of telefoon. Ik voerde alle gegevens weer in in een boekhoudpakket. Er was namelijk geen koppeling tussen de website en het boekhoudpakket. Klanten moesten vooruit betalen en dat moest ik allemaal zelf controleren aan de hand van de bankafschriften. Dat was dus heel veel handwerk en vooral in het hoogseizoen bleek dat zeer tijdroevend. We moesten gewoon verder automatiseren.'





Vakantie

'De vraag was alleen hoe', vertelt Thijs. 'Wij hebben er geen verstand van. Gelukkig zit mijn vader in de automatisering en hij heeft op basis van onze wensen een RFP opgesteld: een Request For Proposal. En daarmee zijn we naar de Webwinkelvakdagen gegaan in januari 2008. Bij verschillende leveranciers hebben we die RFP ingeleverd, waaronder ook King. Daar kwamen reacties op en al snel hebben we toen gekozen voor King. Dat was in maart. We wilden per 1 september helemaal over en dat is ook gelukt. Onze vakantie is er dat jaar wel bij ingeschoten, want die tijd hadden we nodig om alle artikelen in King in te voeren. Er staan nu zo'n 250 pakjes in met verschillende maten en met omschrijvingen in verschillende talen. Dat was een hele klus! De overstap verliep trouwens probleemloos. Daarna hebben we nog wel een paar dingen aan laten passen, maar wat automatisering betreft hadden we toen alles goed op de rit.'

Seizoen

'Na de overstap op King hadden we onszelf een maand de tijd gegeven om ons te oriënteren op het nieuwe pakket', aldus Ada. 'Zelf ben ik geen boekhouder. Ons boekhoudkantoor heeft me op weg geholpen met King. Het gewone invoerwerk doe ik zelf, maar de BTW-aangifte en de ICP-aangifte besteed ik graag uit. Dat is mij te ingewikkeld.' Ada verzamelt haar vragen en wensen inzake King en laat af en toe een King-consultant langskomen. 'Tom Pillard van King is in maart nog geweest om de koppeling met DocData en met Parcelware in te stellen.

Ook heeft hij elektronisch factureren voor ons geregeld. Dat soort aanpassingen doen we in de rustige tijd, dus in het voorjaar. Vanaf 1 september begint ons seizoen en de piek ligt rond 1 december. Die Parcelware-koppeling is ideaal. Een sticker op het pakket en je bent klaar! Ook de DocData-koppeling scheelt me enkele uren per week.'

Collectie

'We willen zoveel mogelijk automatiseren', vervolgt Ada, 'anders moeten we mensen aannemen en dat willen we niet. We zijn nu met ons vieren. Mijn man maakt de ontwerpen. Elk jaar komen we met een nieuwe collectie. De verenigingen komen wel met wensen, maar een groot deel van de nieuwe modellen bedenken we zelf. Van tevoren weet je nooit welke modellen goed gaan lopen. Per land zie je ook verschillen. In Noorwegen willen ze pakjes met lange mouwen en driekwart leggings. Die verkoop je in Nederland veel minder. In Duitsland kiezen ze rustige kleuren, in Frankrijk juist de fleurige modellen. De inkoop van de stoffen doen we ook zelf, de productie gebeurt in Oost-Europa. In Nederland heb je bijna geen ateliers meer. Door de hoge sociale lasten zijn die veel te duur geworden. Aan sponsoring doen we niet. Daardoor kunnen we onze prijzen zo laag houden.'

Glitters

'Het fotograferen van turnpakjes is moeilijk. Dat komt door al die glitters', legt Thijs uit. 'Daarvoor heb je speciale belichting nodig. De foto's worden gemaakt door een professionele fotograaf. De foto's zijn niet alleen voor de site; we zijn nu ook bezig met een folder. Vooral in Frankrijk is er veel vraag naar foldermateriaal. Daar zijn ze nog niet zo ver met internetverkoop. We hebben nu een folder ontwikkeld met eigenlijk alleen plaatjes en heel weinig tekst. Via onze site kun je bestellen. We leveren ook aan het buitenland. Op dit moment aan tien verschillende landen. Dat doen we gedeeltelijk via agentschappen. Onze site is in allerlei talen vertaald.' Ada: 'In Noorwegen hebben we een goede positie. We willen graag ook meer marktaandeel in Duitsland. Daar zijn vijf miljoen turnende meisjes! Naamsbekendheid is echt heel belangrijk. We zetten sinds enige jaren ons logo op alle pakjes die we leveren. We adverteren gericht in Nederlandse en buitenlandse magazines en via Google Adwords. En onze site natuurlijk, daar besteden we heel veel aandacht aan.'

Gevoel

'King heeft ons rust en structuur gebracht', stelt Ada vast. 'We kunnen ons nu weer richten op de verkoop. Alles is nu goed geregeld.' Maar automatisering is geen doel op zich, vinden zowel Thijs als Ada. Thijs zegt: 'Regelmatig loop ik toch het magazijn in om te kijken hoeveel voorraad er van een bepaald artikel nog is. Dat gevoel moet je houden. Automatisering mag ook niet ten koste gaan van een persoonlijke benadering van de klant. Ik onthoud veel dingen. Klanten zijn vaak verbaasd als ik ze gelijk antwoord geef, zonder dat ik wat na moet kijken in het systeem. Ze vragen dan: ben ik jullie enige klant? Dat zijn ze tegenwoordig blijkbaar niet meer gewend.'