

ONLINE BUSINESS, MEDIA & MARKETING

EMERCE

MEI 2018 € 8,95

100

TALPA GLOBAL:
MAARTEN MEIJS

CATAWIKI:
ILSE KAMPS

MARKTPLAATS:
ANNEMARIE BUITELAAR

UBER:
PATRICK STAL

SPECIALE UITGAVE

BESTE BEDRIJVEN IN E-BUSINESS 2018

Spelenderwijs groeien

het verhaal van DisQounts

Voor DisQounts-oprichter Bas Urlings (33 jaar) is ondernemen een spel. Een spel waar hij goed in is en dat hij graag speelt. Sinds hij met zijn groothandel DisQounts in 2014 startte met verkopen via bol.com, speelt hij het spel met verve. Want hoe anders omschrijf je de koers van een bedrijf dat in vier jaar twintig keer zo groot werd?

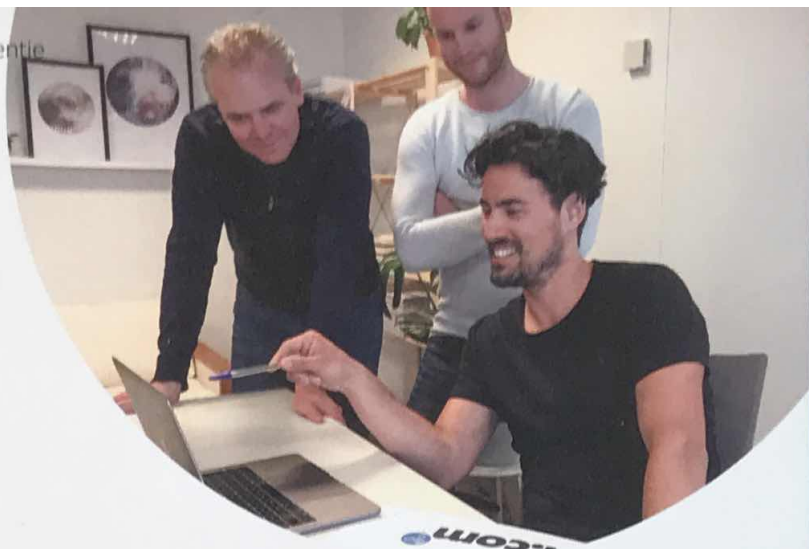
Ondernemer Bas Urlings begon in 2005 een eenmanszaak waarbij hij artikelen uit China importeerde en in Nederland verkocht. "Ik deed de marketing aan de keukentafel en de kasten puilden uit met horloges, telefoonhoesjes en kabels. Mijn vrouw vond dat niet zo leuk. Tijd om naar een kantoor te verhuizen!", vertelt Urlings. Hij verhuisde zijn voorraad naar een antikraakkantoor, nam 6 stagiaires en 2 fulltimers aan en ging aan de slag. "Daar stonden we dan, honderden pakketjes in te pakken aan lange steigerhouten tafels."

"Ik nam een fulltimer aan die zich alleen nog maar focuste op verkopen via bol.com."

Groeien met hardlopers

In 2011 was de business stabiel en werd DisQounts (groothandel en e-commerce bedrijf) geboren. "De zaak draaide goed, en in 2012 ging ik 2 jaar op wereldreis met mijn vrouw. Mijn bedrijf was in goede handen", zegt Urlings. Toen hij in 2014 terugkwam in Nederland, had hij een nieuw 'spel' bedacht: DisQounts moest groeien. Flink groeien. Hij begon met de verkoop van nieuwe artikelen bij bol.com. Urlings: "Bij DisQounts hebben we een breed assortiment. We willen alleen maar hardlopers aanbieden, in elke productcategorie. Want 10% van je assortiment is vaak 90% van je omzet. Daarom besloten we om elke maand 100 nieuwe artikelen via bol.com aan te bieden om erachter te komen wat de hardlopers waren."

Het spel werkte. DisQounts kwam in een stroomversnelling. "Ik nam een fulltimer aan die zich alleen nog maar focuste op verkopen via bol.com." Ook bezocht Urlings enkele partnerevenementen van bol.com. "Via de evenementen en partnerservice kreeg ik persoonlijk contact met bol.com. Je bent écht samen aan het ondernemen en dat voelt goed", zegt Urlings.



Houten tafels vervangen door Logistiek via bol.com

Door de stijgende vraag ontgroeide het bedrijf het inpakstelsel met de steigerhouten tafels. En dankzij de service Logistiek via bol.com konden de tafels gelukkig weg. "Die beslissing was een no brainer. We moesten de stijgende vraag wel aan blijven kunnen. En dat is lastig om als jong bedrijf zelf vol te houden. Als een van de eersten mochten wij daarom gebruikmaken van de logistieke dienst van bol.com. Dat bleek zeer interessant te zijn. Zo konden wij namelijk de leverbetrouwbaarheid garanderen om aan de stijgende verwachtingen van de consument te blijven voldoen. Ondertussen konden we wel lekker blijven doorgroeien."

Want dat groeien, dat is gelukt. "We zijn nu twintig keer zo groot dan toen ik terugkwam van mijn reis in 2014. Maar het spel houdt nooit op. De concurrentie in de ondernemerswereld is groot. En als je het spel wilt winnen, moet je blijven spelen met de markt!", zegt Urlings.

Ondernemerstips van Bas

- Geef je fulfilment uit handen. Kijk kritisch wat je zelf kunt blijven doen en wat je kunt uitbesteden om te kunnen groeien en tegelijkertijd je kwaliteit hoog houden.
- Zorg voor sterke content. Is jouw assortiment uniek? Zorg dat dit overkomt.
- Creëer je eigen bedrijfsmerk met een eigen identiteit. Ondernemen is meer dan artikelen verkopen!

**Meer uit je bedrijf halen
samen met bol.com?**

Kijk snel op bol.com/zakelijkverkopen