

ATAG Benelux

Robert Kapteijn

De mens achter.....Robert Kapteijn, Chief Sales Officer Benelux.

Ondernemen is leiderschap nemen en daadkracht tonen....het motto van Robert Kapteijn.

Carrièrepad

De in 1972 in Amersfoort geboren Robert Kapteijn volgde een VWO opleiding en daarna een universitaire juridische studie. Gaandeweg vond hij echter de dynamiek van de commercie toch interessanter; hij besloot zijn horizon naar sales te verleggen. Zijn eerste fulltime baan was in de sales organisatie van HaagTechno (destijds distributiepartner van Panasonic). Na een periode van vijf jaar wilde Robert zijn scope verleggen en werd aangesteld als Sales Manager B2B bij Philips Consumer Electronics in Eindhoven. In 2006 werd hem de mogelijkheid geboden om als Senior Business Manager Accessoires in het Engelse Guildford een eigen Business Unit te leiden, welke kans Robert uiteraard niet voorbij liet gaan. De Engelse markt was in die tijd veel verder ontwikkeld dan de Nederlandse markt voor wat betreft de beslissende rol van retailpartners en consument; een uitermate leerzame periode. Na het samenvoegen van de divisies Consumenten Electronica en Huishoudelijk werd Robert verantwoordelijk voor de Business Unit Audio/Video in de UK. Na 4,5 jaar Engeland werd Robert gevraagd om als Marketing Director Philips Consumer Lighting Benelux te starten. In deze functie was hij mede verantwoordelijk voor de integratie van het merk Massive in de Philips Benelux organisatie en voor de succesvolle introductie van LED lampen in de consumentenmarkt.

Van fabrikant naar groothandel

Rexel Nederland, toonaangevend in de distributie van elektrotechnische materialen aan professionals, bood Robert de functie aan van Director Business Development. Ofschoon de groothandel vaak gekscherend als “dozenschuiver” wordt aangeduid, was het Robert zijn taak om nieuwe concepten en samenwerkingsverbanden op te zetten waardoor Rexel haar toegevoegde waarde in de markt kon blijven behouden. Hij introduceerde een PV (PhotoVoltaics = zonnepanelen) privé project, waarbij Rexel zonnepanelen via personeelsverenigingen van bedrijven aanbood in het kader van duurzaamheid, maar voor de installatie schoof Rexel haar installateurs naar voren. Rexel creëerde daardoor werk voor haar eigen klanten, de installateurs.

Een ander voorbeeld was een samenwerking tussen Rexel, Eneco (energieleverancier) en de Lage Landen (financieringsmaatschappij) op het gebied van het versneld verduurzamen van bedrijven d.m.v. installeren van LED-verlichting waarin de installateur werd meegenomen in de uitvoering. Concepten als deze geven een nieuwe invulling aan de groothandelsfunctie.

ATAG Nederland: ATAG / Pelgrim / ETNA

Alweer anderhalf jaar is Robert actief als CSO Benelux, verantwoordelijk voor Sales & Marketing in Nederland en België. De markt van keukenretail (met focus op inbouw keukenapparatuur) is t.o.v. andere branches wat traditioneler en voor consumenten niet altijd transparant, maar veranderingen zijn volop gaande. “Nieuwe toetreders maken de markt transparanter; de keukenbranche zal dan ook alert moeten blijven om haar toegevoegde waarden, die zij in ruime mate kan bieden, voor het voetlicht van de consument te blijven brengen. “ATAG Benelux zal voortdurend nieuwe producten, concepten en services blijven ontwikkelen om de retailer te helpen om de; zich anders oriënterende; consument te voorzien van de juiste oplossing en om de retailer te helpen om zijn toegevoegde waarde richting de consument te blijven tonen”, aldus Robert.

Dat is ook de reden dat ATAG zich meer gaat richten op het verkopen van producten als onderdeel van concepten welke de consumentenbehoefte vervult in plaats van het verkopen van “uitsluitend producten”. “Hierdoor stellen wij onze retailers in de vakhandel in staat om een verhaal te kunnen vertellen welke ingaat op consumentbehoefte in plaats van technische specificaties. De retailer zal de consument beleving en deskundigheid moeten bieden. De keukenvakhandel vervult daarom een belangrijke functie in het aankoopproces van de consument en het is dan ook een bewuste keuze van ATAG Benelux om voor de vakhandel te blijven kiezen” aldus Robert.

Voor wat betreft de toekomstige aandachtspunten en verwachtingen van ATAG Benelux in de keukenbranche, geeft Robert aan dat de focus zal moeten liggen op beleving en toegevoegde waarde. De consument zal steeds centraler komen te staan, daarom is het een voordeel dat ATAG een eigen R&D en productie heeft. Hierdoor kan heel snel ingespeeld worden op de veranderende behoefte van de Benelux consument. Daarnaast heeft ATAG in de loop van de jaren een enorme consumentendatabase opgebouwd en recentelijk verrijkt, waardoor zij in staat is samen met de retailer gerichte database marketing te starten.

Naast leiderschap nemen en daadkracht tonen, is het devies van Robert “samenwerken & veranderen”. Vier pijlers die hij volledig kwijt kan in zijn baan.

Tekst bij foto Bart Weijers:

Na 10 jaar columns over een veelheid aan onderwerpen ga ik met u een kijkje nemen achter de schermen van een bedrijf / persoon in onze branche. Ik doe dat onder de noemer “De mens achter.....” waarbij ik een branchegenoot interview en hem / haar vraag wat over zichzelf, het bedrijf en de branche te vertellen. Persoonsgericht maar ook zakelijk verleden, heden en toekomst komen aan bod.
Ik wens u veel leesplezier.

Rechts onderin:

Bart Weijers begon zijn loopbaan in wonen in 1975 bij groothandel Vihamij Buttinger en maakte in 1978 de overstap naar Ucosan Sanitair. Gedurende 16 jaar was hij verantwoordelijk voor Ucosan in Nederland. Van 1996 t/m 2002 was hij alg.dir. van Almat

Keukens in Oisterwijk. In 1990 was hij een van de initiatiefnemers achter de Vereniging Comfortabel Wonen waarvan hij in de periode 1997 t/m 2012 voorzitter was. Sinds 2013 is hij parttime directeur van deze vereniging. Daarnaast is hij werkzaam bij AMWEKO BV, het in de afbouwbranche gespecialiseerde marketing adviesbureau. Voor meer informatie kijk op www.amweko.nl