





Små ordrer - med mængderabat

Filip Ciepiel, filip@zcg.dk, <https://www.kollek.dk/> / Lars Lean, lars@larslean.dk, <https://zcg.dk/team/lars-lean/>

Sat lidt på spidsen - så kan indkøbsafdelingen godt lide mængderabat, og derfor vil de gerne lægge store ordrer hos leverandøren. Indkøbsafdelingen minimerer på den måde det totale spend. Leverandørens salgsafdeling er også glad for store ordrer, og de giver gerne mængderabatter. Samtidig passer produktion i store serier godt med traditionel masseproduktion. Så her er et interessefællesskab. Lean derimod foreskriver små ordrer og små serier med fokus på cashflow og på at nedbringe lagre, for lagre skaber ikke værdi i sig selv. Tværtimod. Det er et ægte dilemma.

Har du for eksempel en restaurant, vil du så ikke hellere bruge dit areal til dit køkken og til selve restauranten med så meget plads til gæsterne som muligt, fremfor at bruge en stor del af dit areal til lager? Men samtidig vil du jo også gerne minimere dine omkostninger og få den der mængderabat...

Kollek er en interessant case, for de forsøger at gøre noget ved dette klassiske dilemma.

Filip Ciepiel forklarer: "Kollek er en online handelsplatform. Ved at handle via Kollek opnås storkøbsfordele. Det foregår ved at indkøbsordrer fra forskellige virksomheder samles på handelsplatformen, så virksomhederne i fællesskab både opnår mængderabatter og leverance i små portioner, så man kan nøjes med at købe ind efter behov"

En grundig markedsanalyse

Forud for selve udviklingen af vores software og produkt var der et behov for at sikre et tidligt product-marked-fit. Vi tog derfor vores analysearbejde seriøst og lavede mere end 60 interviews med restauratører, leverandører og grossister, brancheorganisationer, mentorer og investorer. Vi fik i den forbindelse indblik i indkøbslister, priser, leveringsbetingelser, behov og trends, som efterfølgende kunne danne grundlag for et holdbart koncept.

Her var det vigtigt at forstå kundens behov ift. Cost Vs. Convenience. Vores samkøb er åben alle ugens syv dage, men kunderne køber sig ind på en samlet ordre, og det kan derfor give udfordringer, hvis man står og mangler noget akut. Vi fandt dog ud af, at mere end 80% får leveret deres nonfoodvarer på de mindre travle dage, mandag, tirsdag eller onsdag, og ofte bliver disse varer alligevel kun bestilt 1-2 gange om måneden. Fødevarer viser et andet billede med typisk daglige leverancer.

De store besparelser, Kollek kunne tilbyde, var derfor grund nok til, at kunden ville tilpasse sig vores koncept og ændre købsadfærd og forecaste sit forbrug bedre.

Kollek er kollektiv handel

Samhandel eller kollektiv handel er ikke noget nyt fænomen, men i høj grad ikke en udbredt handelsmetode. Denne måde at handle på fik for alvor sin gang på jorden gennem sociale medier, hvor man i grupper kunne tilmelde sig en ordre. Hvis den forudbestemte mængde blev opfyldt, ville man opnå den tilhørende mængderabat. Det var en risikobetonet, manuel og langsom proces, men principperne omkring storkøbsfordelene var jo i bund og grund de samme. Kollek valgte derfor at tage denne best practice og samle det i et brugervenligt og semiautomatisk E-Commerce setup. Her blev de bagvedliggende funktioner ved at bulke ordrer og indsamle data automatiseret. Og handelsbetingelserne blev professionaliseret ligesom leverandørflowet blev strømlinet.

Et friskt pust i en støvet branche

- Kollek må ikke forveksles med en total leverandør som Multiline eller AB Catering, da Kollek både i produkt og proces er meget anderledes. - Jeg ser Kollek som et friskt pust i en støvet branche, som har været præget af innovativ stilstand. Kollek har f.eks. ikke egne lagre eller logistikfaciliteter. Det varetages af Kolleks samarbejdspartnere og leverandører, som også agerer som vores backbone. Ja faktisk er vi jo flere virksomheder om at sikre, at vores koncept omkring kollektiv handel er bæredygtigt, forklarer Filip Ciepiel.

- Skulle jeg dog pege på en ting, som særligt differentierer Kollek fra de store spillere på markedet, så skal vi tilbage til dilemmaet omkring Cost Vs. Convenience. Her er Multiline og AB Catering f.eks. mere convenient med dag-til-dag-levering, hvor Kollek er mere konkurrencedygtig på prisen qua vores forretningsmodel, uddyber Filip Ciepiel.

-Og kigger vi på de bløde værdier, har vi hos Kollek bevidst valgt at være 100% transparente, hvilket også kommer til udtryk på vores platform, hvor vores priser er frit tilgængelige og ens for alle. Det er ikke tilfældet hos bl.a. Multiline og AB Catering. Her vil man ofte blive mødt af snu salgskonsulenter og "cash-back" metoder, som skaber ulighed i markedet og frarøver restauranterne likviditet.

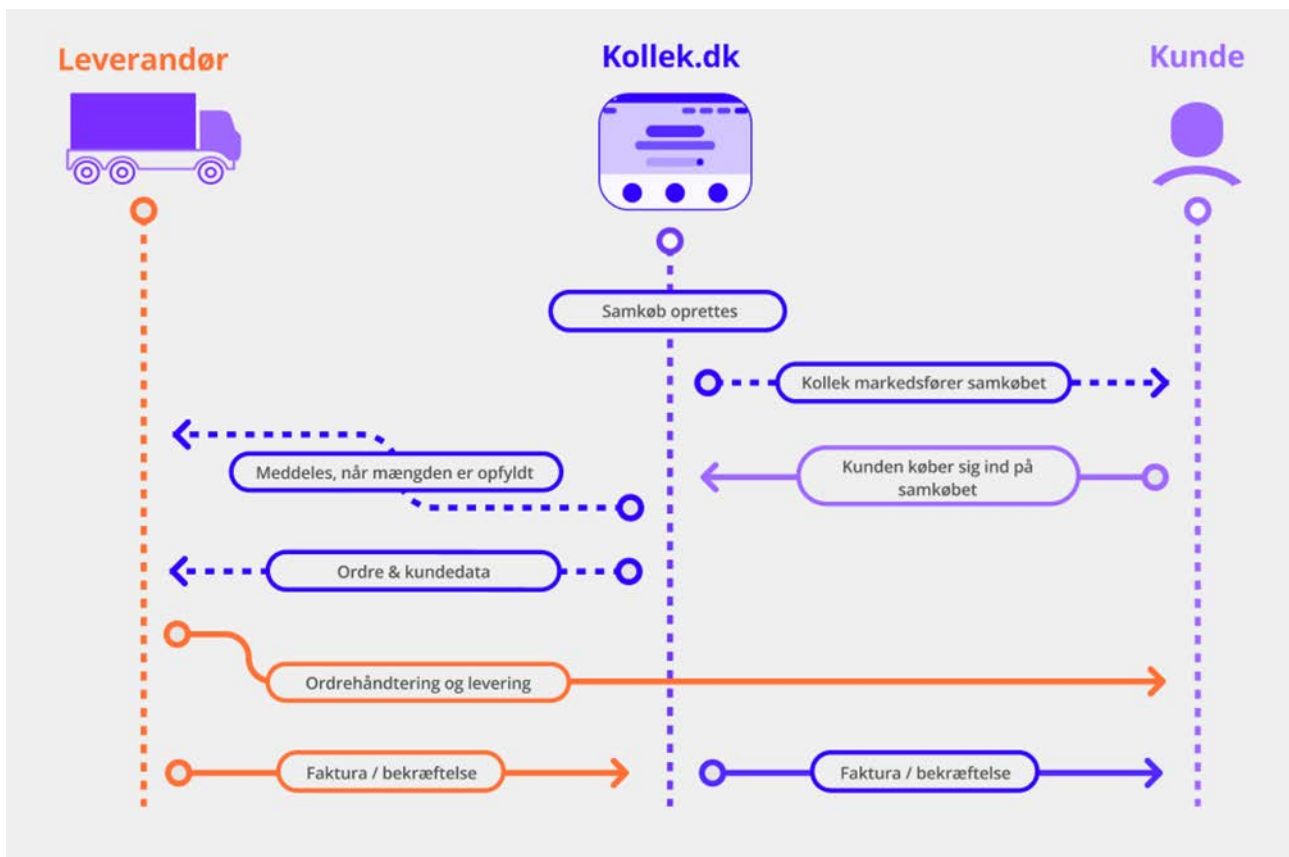
Ordreflowet

Det administrative ordreflow er semiautomatiseret, så vi i vores admin-panel samler data på de enkelte ordrer, som er forbundet med et



samkøb. Herfra trækkes data, der sendes til vores leverandører, som vil varetage den efterfølgende ordrehåndtering og levering. Det er helt bevidst, at vores administrative processer ikke er fuldt automatiseret, da vi hverken har kapital eller ressourcer til at implementere de rette integrationer. På sigt vil EDI (Electronic Data Interchange) blive integreret med vores leverandørers ERP og PIM systemer. Ordreflowet er for nuværende meget simpelt og visualiseret i figur 1.

Kunden bestiller sine varer på traditionel vis, igennem vores webshop. Ved samkøbets afslutning vil ordren og ordrehåndteringen blive overleveret til vores leverandører, som plukker, pakker og sender ordren. Forretningsmodellen er i virkeligheden en slags B2B "direct-to-consumer", som er bundet op omkring drop-shipping.



Figur 1: Administration og ordreflow: Her vises Kolleks ordreflow fra et samkøb oprettes til det afsluttes.

To ordrebekræftelser

Kunden først: Ved første bekræftelse på, at købet er gennemført, fortæller Kollek en reservation af købsbeløbet på brugerens konto. Brugeren vil dernæst ved samkøbets afslutning modtage anden ordrebekræftelse samt en faktura som bilagsmateriale. Bestillingen er derfor først endelig gældende, når kunden modtager anden ordrebekræftelse og betalingen er gennemført. Ved anden ordrebekræftelse vil Kollek opkræve købsbeløbet på brugerens konto, så snart varen er blevet afsendt. Ved levering af alle ordrerne i det pågældende samkøb vil vores leverandør efterfølgende fakturere Kollek.

Fast tirsdagslevering

På baggrund af en omfattende analyse, herunder interviews med kunder, kunne vi konstatere, at særlig nonfoodvarer blev bestilt på de mindre travle dage, med levering mandag, tirsdag og onsdag. Det skyldes, at man i så fald har tid til at fylde lageret op til de dage, hvor man har travlt i restaurationsbranchen, typisk torsdag – søndag.

Progress-baren

Kolleks progress bar er symbolet på konceptet, som også ses i logoet (figur 2). Den viser i realtid antal køb ift. den forudbestemte mængde, som skal opnås for at aktivere samkøbet og den tilhørende mængderabat (figur 3). Og Kollek kan i stort set alle tilfælde garantere, at kundens

ordre bliver leveret, da vi har en "buffer" løsning med vores leverandører. Det fungerer således, at Kollek bygger en buffer op over tid, som vi kan trække på, hvis den forudbestemte mængde ikke opnås.



Figur 2: Kolleks logo med progress-baren

Håndopvask med parfume - 12x1l.
132,00 kr. - pr. kolli
11,00 kr. - pr. liter

2 Virksomheder har købt dette produkt

3 Stk. er blevet købt i alt

7 Dage til afsendelse

2 Stk. mere

- 1 + Tilføj kurv

Estimeret leveringsdato 28. november 2023

Del - kopier link her

1 følger dette Kollek

Følg

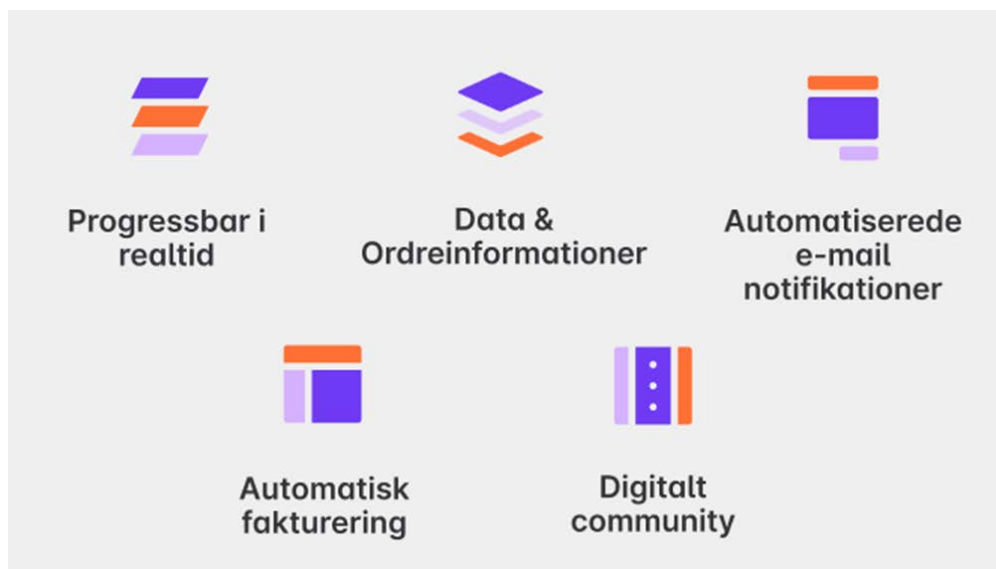
Kategori: Rengøring & affald

Produktbeskrivelse

Figur 3: Til højre i billedet vises progress-baren, som viser antal kolli købt, på baggrund af en forudbestemt mængde

Teknologien bag Kollek

Med afsæt i softwareløsningen skabes en pris-gennemsigtighed, der skaber mindre ulighed og bedre økonomiske vilkår for små og mellemstore virksomheder. Som bruger af platformen kan man følge de åbne samkøb gennem en progress-bar i realtid, som både viser det samlede antal køb og nedtælling i dage. Der er yderligere mulighed for at tilmelde sig e-mail notifikationer på specifikke produkter. Hertil kommer alle de traditionelle B2B-commerce funktioner, såsom indbygget ordrehistorik, automatisk fakturering og tracking. Virksomheder i Danmark, vil derfor fremover kunne handle på samme fordelagtige vilkår, som de store kæder og koncerner, nemt, hurtigt og digitalt - uanset ordrestørrelser eller geografi.



Først restaurationsbranchen

Restaurations- og servicebranchen var for Kollek det oplagte sted at starte af flere årsager.

Først og fremmest, har vi i teamet samlet mere end 20 års erfaring fra netop restaurationsbranchen. Vi kender derfor de barske vilkår, som kendetegner branchen. Skjulte priser, ringe forhandlingsevner, snu salgskonsulenter og små ordrebæløb er jo blot nogle af de ting, som er med til at skabe ulighed på markedet. Oven i det, har det åbenlyst været nogle

hårde år for servicebranchen generelt, hvor de erhvervsdrivende har været udsat for eksistens-ødelæggende Corona-restriktioner, inflation og stigende råvarepriser. Vi så derfor et stort potentiale i timingen, men ligeledes i behovet for et innovativt og frisk pust. Kriser er nemlig ofte katalysator for nye forretningsmodeller, og ikke mindst åbenhed for at prøve nyt. Tager man den kommercielle hat på, kunne vi konstatere, at markedet var stort nok til, at Kollek relativt hurtigt kunne få en forretning op og stå. Men ligeledes også en skalerbar forretning med stort potentiale for vækst.

Yderligere udvalgte vi produkter, hvor der var hyppige genkøb og et højt loyalitetsniveau (CLV), og hvor de fordelagtige handelsbetingelser på B2B markedet også var til stede.

Kollek henvender sig derfor primært til restaurations- og hospitality branchen. Dog har vi også kunder fra flere liberale erhverv inden for wellness & beauty, slagtere, bagere, fiskehandlere, frisører mfl. – Særligt små erhvervsdrivende i Danmark. Disse erhverv har haft nogle udfordrende år. 620 danske virksomheder gik i marts 2023 konkurs mod 512 i måneden før. Konkurstallet stiger, og særligt restauranter, cafeer og hoteller trækker tallene i den kedelige retning. Det er bl.a. de seneste måneders negative konjunkturvækst og højere omkostninger, som

Kollek teamet

Vi er tre co-foundere i Kolle, alle med forskellig baggrund. Adrian Tomole er CTO og full-stack udvikler. Adrian har bygget vores back end admin. panel og user interface. Så er der Mikkel Fischer, som er COO, og som har ansvaret for indkøb og leverandørstyring samt vores salg og kundeservice. Og så er der mig (Filip Ciepiel). Jeg er CEO og har det overordnede ansvar for forretningsudvikling, vores digitale tilstedeværelse og PR. Yderligere assisterer jeg på salg, særlig key accounts og brancheorganisationer. Jeg har desuden designet vores user interface og er en fast partner i udviklingen af platformen og vores funktioner.

Idéen bag Kolle

Kollek er skabt med et ønske om at skabe bedre økonomiske forudsætninger for små- og mellemstore virksomheder i Danmark ved at styrke deres købekraft. Omfattende Corona restriktioner, inflation og stigende energipriser har gjort betingelserne for at drive virksomhed væsentlig sværere. Derfor skal det fremover være langt nemmere, billigere og sjovere at drive virksomhed i Danmark, og det skal først og fremmest afspejle sig direkte på de erhvervsdrivendes bundlinje. Med afsæt i Kolle konceptet, og i tæt samarbejde med danske grossister, vil små og mellemstore virksomheder kunne opnå storkøbsfordele i form af store prisbesparelser på produkter til deres daglige drift. Her kan erhvervsdrivende handle kollektivt med ligesindede virksomheder og i fællesskab bygge volumen på en samlet ordre. Derved reduceres omkostninger, forbundet med transport og administration, og der opnås dermed logistiske omkostningsfordele ned igennem forsyningskæden.

Kollek Konceptet

Konceptet omkring kollektiv handel er ikke et nyt fænomen. Dog er denne handelsmetode kun tilgængelig i visse nicheområder eller f.eks. i grupper på sociale medier. Selvom samhandel har bevist sit potentiale igen og igen, er der først nu en decideret handelsplatform, som tilbyder denne service på B2B markedet. Kolle tilbyder danske grossister muligheden for at anvende Kolle som en ekstern salgskanal, som vil gøre kollektiv handel tilgængelig for alle virksomheder i Danmark. Alt dette vil blive understøttet af et community-baseret setup, hvor brugerne aktivt bliver en del af Kolle's løbende forbedringer og ikke mindst vores produktvalg. Differentiering: Kolle er først og fremmest en online handelsplatform, som med et særligt koncept og gode samarbejdsaftaler er lykkedes med at udvikle en end-to-end løsning, som reducerer omkostninger i de fordyrende led. Kolle må ikke sammenlignes med en totalleverandør som Multiline, men skal derimod ses som et digitalt samlingspunkt for virksomheder, hvor man kan opnå store prisbesparelser på udvalgte og standardiserede produkter til den daglige drift. Kolle opererer ikke med lager, men tilbyder en ekstern salgskanal til udvalgte grossister, som omvendt vil kunne skalere deres salg og dermed styrke deres indkøbsaftaler.

har skabt flere konkurser i dansk erhvervsliv. Udregninger foretaget af analysevirksomheden Experian viser, at i de seneste 12 måneder er 30 ud af hver 1.000 aktive virksomheder i hotel- og restaurationsbranchen gået konkurs. Det er en stigning på 34 procent i forhold til de foregående 12 måneder. Konsekvenserne for samfundsøkonomien og vores beskæftigelse er til at få øje på. Kolle skal være med til at hjælpe virksomheder med at minimere deres udgifter, og det skal først og fremmest afspejle sig direkte på de erhvervsdrivendes bundlinje. Der skal derfor skabes en kollektiv robusthed i bl.a. restaurationsbranchen, hvor man i fællesskab kan styrke sin købekraft ved at handle sammen.



Forfatter: Filip Ciepiel

Filip Ciepiel er uddannet i International Handel & Markedsføring fra Copenhagen Business Academy, og er i dag Associate Partner & Head of Sales hos Zillion Consulting Group. Han har en kommerciel baggrund, særligt inden for B2B salg- og marketing, og har primært tilbragt sit relativt korte arbejdsliv i mindre startup- og scale-ups som Eaura P/S og VAEKST. Forinden arbejdede han som kok og afdelingschef på Café Norden, hvor han tilbragte 7 år, primært under sin uddannelse.



Forfatter: Lars Lean

Lars er Lean konsulent hos ZILLION Consulting Group og hos larslean.dk. Han er maskiningeniør, han har HD i Supply Chain Management fra CBS, han er uddannet i Lean og TPS hos Toyota Engineering Corporation og han har mange års erfaring fra erhvervslivet med automatisering, projektledelse, procesoptimering, produktionsstyring, kundeservice, logistik, Lean og ledelse. Han har tidligere arbejdet for bl.a. Esab, Shell, Ruko, DBK Logistik Service, Superfos, Novo Nordisk, HOFOR og PostNord. For Lars handler det om bæredygtighed, konkurrencekraft og om gode arbejdspladser i Danmark.