

Meubelketen Weba zet maximaal in op multi-channelstrategie

Het 100% Belgische Weba is uitgegroeid van lokale speler naar een nationaal voorbeeld voor de woonindustrie. Een multi-channel concept van fysieke winkels en online aanwezigheid in combinatie met een trendy collectie tegen scherpe prijzen. Dit bleken dé ingrediënten te zijn voor het succesverhaal van deze meubelketen.

Met 3 fysieke winkels biedt Weba het aanbod en de prijzen van een discounter, gekoppeld aan de service van een familiale meubelzaak. Daarnaast heeft Weba een grote online aanwezigheid, met ruim 10.000 artikelen direct leverbaar via de webshop, wat een nóg stevigere positie in de markt bewerkstelligt.

Levering in gans België aan een vast tarief

Dagelijks zijn 20 Weba-vrachtwagens op de baan voor levering bij klanten. *“Het was niet efficiënt om een vrachtwagen met 2 medewerkers naar een uithoek van het land te sturen. Door dit aan PostNL uit te besteden, viel deze logistieke uitdaging voor ons weg. Daarom is de samenwerking met PostNL zeer waardevol voor ons.”*, aldus Theo Dewitte, Bestuurder bij Weba. *“Dit gaf ons bovendien de mogelijkheid om onze webshopklanten één vast en transparant verzendtarief voor het ganse land aan te bieden.”*

Goedgekeurd door de klant

Inmiddels rekt Weba voor de levering van XL goederen al 5 jaar op PostNL Extra@Home. Het gaat om webshop-artikelen die op voorraad kunnen worden gevolgd in de Weba magazijnen. De combinatie van een scherpe kostprijs in verhouding tot de geleverde service, gaf de doorslag voor de keuze voor PostNL als logistieke partner.

“Extra@Home bestaat sinds 2015 in België en Weba was dus één van onze allereerste klanten. Omdat we het belangrijk vinden dat onze klanten onze service eerst ervaren voor we met elkaar in zee gaan, stellen we altijd een testperiode voor.”, vertelt Klaartje Quintelier, Sales Manager bij PostNL Extra@Home België.

“Deze is goed verlopen. We hebben de beleverde klanten ondervraagd en zij waren tevreden van de service. Dat is dan ook één van de belangrijkste redenen om verder samen te werken.”, vult Dewitte aan.



“Onze bakstenen winkels en onze online aanwezigheid versterken elkaar. En dat heeft een enorme meerwaarde.”

Theo Dewitte, Bestuurder bij Weba

Meer weten over deze oplossing?

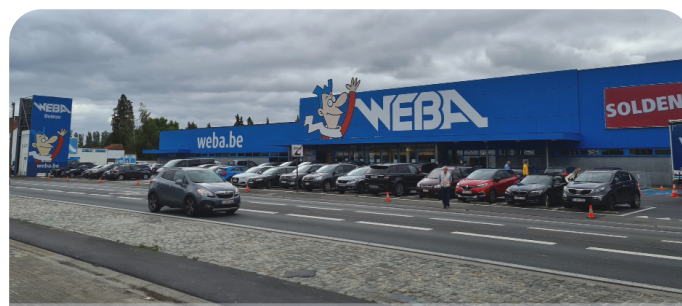
Neem dan contact op met PostNL Extra@Home via +32 (0)3/760.05.19 of extra.at.home@postnl.be



Multi-channel blijkt essentieel

“Bij Weba focussen we ons net zo hard op de webshop als op de bakstenen winkels. We zien dit als een totaalplaatje. Veel klanten informeren zich online en bestellen vervolgens in één van onze winkels. Andere klanten komen juist liever eerst in de winkel kijken, om later online te bestellen. Sowieso versterken beide kanalen elkaar en dat heeft een enorme meerwaarde, zowel voor de klant als voor Weba.”

De ontwikkelingen met betrekking tot het coronavirus verplichtten Weba om 2 maanden lang hun winkels te sluiten. *“De verkoop via de webshop is niet vergelijkbaar met die van de winkels, maar we zagen tijdens deze periode een ongelooflijke stijging van de online verkoop. De webshop heeft ons draaiende gehouden tijdens deze periode. Daar zijn we erg tevreden mee!”*



Weba: van lokale speler naar voorbeeld binnen de woonindustrie

Weba is een meubelketen bestaande uit verschillende winkels: Weba Deinze, Weba Gent, Weba Mons en Weba Online. Het is een echte prijsbreker met een uitstekende prijs/kwaliteitsverhouding. De grote winkeloppervlaktes stellen de keten in staat om brede collecties aan te bieden.

Door de jaren heen is Weba gegroeid van een eerder lokale speler naar een voorbeeld binnen de woonindustrie met dank aan de trendy collectie, scherpe prijzen en online aanwezigheid. De keten hanteert een multi-channel concept waarbij de klant zowel online als in de bakstenen winkels kan winkelen.

