

“Zonder internet bestond Anemo niet”

Ing. Bart Vandezande MSc met Anemo laureaat Entreprize 2009

“Het is nooit fout je groter voor te doen dan je in werkelijkheid bent.”

KOKSIJDE. Het ‘worldwide web’ heeft voor velen nog diepe geheimen, maar niet voor ingenieur **Bart Vandezande**. Met zijn bvba **Anemo Engineering** verdeelt hij bevestigingsmaterialen over heel de wereld: van Frankrijk over de Verenigde Staten tot in India. Grote spelers als Volkswagen, Bombardier en Barco vonden al de weg naar een van zijn veertien websites. “Ingenieurs zijn te weinig commercieel ingesteld”, vindt de West-Vlaamse ondernemer. “Het enige wat ik nodig heb is internet, een faxtoestel en een telefoon. Jaarlijks wil ik 34 procent groeien.”

Als we op de Strandlaan in Koksijde voor huisnummer 144 staan, zien we een typisch appartementencomplex van de Belgische kust. Niets wijst erop dat hier de bvba Anemo Engineering is gevestigd, het bedrijf van Bart Vandezande, de laureaat van Entreprize 2009 in de categorie ‘Jonge ondernemingen’. Vanachter een bureau in de woonkamer van zijn appartement werkt deze jonge vader van 33 jaar

gestaag aan de uitbouw van zijn bvba. “Het enige wat ik nodig heb, is internet, een faxtoestel en een telefoon. Toch zal deze krappe werksituatie hopelijk snel verleden tijd zijn”, zegt de jonge ondernemer. “Momenteel bouw ik in Leisele. Daar zal ruimte zijn voor een bureau voor vijf werknemers en een warehouse. Tegen 2010 hoop ik er mijn intrek te kunnen nemen.”

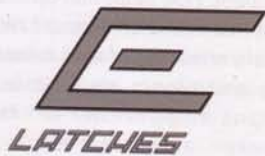
Hokjesdenken

Al tijdens zijn opleiding tot industrieel ingenieur Elektromechanica aan het KiHo in Gent wist Bart Vandezande al perfect welke richting hij uit wou.

“Een ingenieursopleiding is veel te technisch en te weinig marketinggericht. Ingenieurs denken te veel in een hokje. De meerderheid van de ingenieurs is daardoor niet commercieel aangelegd, een vereiste die je nodig hebt om met iets te starten. Het is goed dat ik kan terugvallen op mijn technische bagage, maar het is toch veel leuker om te netwerken en verschillende culturen op te snuiven. Daarom ook dat ik een jongerenafdeling Zuid-West-Vlaanderen voor de VIK jongerenwerking heb opgericht en Belgisch voorzitter werd van de European Young Engineers (EYE). Na mijn ingenieursop-



Ing. Bart Vandezande MSc



enterprize.be
DE WEDSTRIJD DIE DE ONDERNEMERS BEGELEIDT

“Door op de lange termijn te denken garandeer ik mijn eigen succes.”

leiding volgde ik ook een jaar postgraaduaat bedrijfseconomie aan het Vlekho in Brussel.”

Het stond dan ook allang vast dat Bart Vandezande eerder in de verkoopsector dan bij 'onderzoek en ontwikkeling' zou terechtkomen.

“Mijn eerste werkervaring deed ik op als European sales engineer voor Strix, de wereldwijde producent van warmte-elementen voor onder meer boilers en waterkokers. Dat bedrijf, met hoofdzetel in Isle of Man, heeft wereldwijd een marktaandeel van tachtig procent: een heel comfortabele positie om Europa te verkennen. Later werkte ik voor het ondertussen overgenomen bedrijf Recoil Marketing en voor het Amerikaanse Colder Products Company (CPC).”

Anemo Engineering

“Als salesmanager zette ik voet aan wal op zowat alle continenten. Toch was het mijn kinderdroom om ooit zelfstandig te worden. Ik wil mijn eigen strategie kunnen uitstippelen. In een bedrijf kan je wel communiceren over de strategie, maar het idee stopt hoog in de ivoren toren. Ook de opbrengst van je inzet staat niet in verhouding met je loon. Daarom richtte ik in 2004 de website anemo.eu op. Via die website bood ik Camloc-producten aan, zoals kwartslagsluitingen en haaksluitingen. In 2005 kreeg ik drie orders binnen: van een Antwerpse, een Sloveense en een Chinese firma. Mijn ogen gingen open: met een eenvoudige website kon ik de hele wereld bereiken.”

De jaren daarop kende Anemo Engineering een exponentiële groei: in 2006 bediende Bart 14 klanten, in 2007 43 en in 2009 liefst 235 firma's.

“In juni 2008 besliste ik dan ook om mij voltiids te concentreren op de uitbouw van mijn bvba Anemo Engineering. Er bestaan tal van firma's die specifieke bevestigingsmaterialen verkopen, maar de verkoop van die nicheproducten is slechts drie procent van hun totale omzet. Daardoor treedt gewinning op en zijn die niet gericht op zoek naar nieuwe klanten. Ik onderscheid mij net door het leveren

van technisch advies bij concrete probleemstellingen.”

Saving Time Latches

Naast het leveren van technisch advies heeft de West-Vlaamse marketingman zich op het internet toegelegd. Door gebruik te maken van Web 2.0-technieken is Bart Vandezande in sneltempo de numero uno van het worldwide web voor de verkoop van specifieke moeren en bouten geworden.

“Ik zorg ervoor dat ik als eerste gerangschikt ben voor wie naar mijn producten zoekt. Vandaag heb ik veertien verschillende websites, in verschillende talen. Maar ik ben ook bezig om een eigen label uit te bouwen met onder andere *Economic Latches* en *Saving Time Latches*. Bedrijven kunnen mij hun model doorsturen dat ik nadien laat maken onder mijn eigen label. Het zal evenwel nog zeven jaar duren voor die merknamen goed ingeburgerd zijn. Je moet dan ook verder dan de economische crisis durven te kijken. Vandaag ben ik bezig met taken waar ik geen euro aan verdien, maar die ik in de toekomst zeker te gelde zal maken. Door op de lange termijn te denken, garandeer ik mijn eigen succes.”

Wereldwijde focus

Door unieke producten te leveren haalt Bart Vandezande grote vissen binnen, zoals Volkswagen, Bombardier en Barco. “Het is enorm tijdrovend en moeilijk om die grote spelers te overtuigen, maar het is nooit fout om je wat groter voor te doen dan je bent. Anemo ziet er dankzij de website groter uit dan het in werkelijkheid is. Dat is ook mijn succesverhaal. In het buitenland is de site de enige manier om mij te checken. Dagelijks kom ik in contact met zes nieuwe bedrijven en om de drie dagen bedien ik een nieuwe klant. Als een nieuwe bezoeker mijn website bezoekt, wek ik onmiddellijk zijn vertrouwen. Enerzijds door de referenties van mijn klanten te vermelden, anderzijds door de bestaande klanten actief feedback te laten geven op mijn kwaliteit en levering.

Zonder internet bestond Anemo niet. De huidige website wordt frequent geüpdatet. Door die wereldwijde focus haal ik slechts acht procent van mijn omzet uit België. Uit de Verenigde Staten is dat 24 procent en uit Frankrijk 20 procent. Ook bedrijven uit Europa, Zuid-Afrika, India en de Verenigde Arabische Emiraten vonden al hun weg naar Koksijde.”

Entreprize

Die nieuwe verkoopstrategie is ook de strenge jury van Entreprize niet ontgaan. De Entreprize is een initiatief van de Vlerick Leuven Gent Management School, Eebic en Ondernemen Brussel 2010. De prijs werd voor de zevende keer toegekend. Van de 874 deelnemers die zich inschreven voor zeven categorieën werd Bart Vandezande geselecteerd als finalist in de categorie 'jonge ondernemingen'.

“De jury loofde vooral mijn marketingvisie”, aldus de laureaat. “Ik geloof namelijk niet in het oude businessmodel van een distributeur dat iedere klant moet worden bezocht. Heel wat klanten willen gewoon onmiddellijk kunnen worden bediend. Daarom moet je vlug op de bal spelen en steeds bereikbaar zijn.”

De jonge ondernemer van het jaar ziet heel veel potentieel in zijn bedrijf.

“Ik schat mijn 'continuous annual growth rate' voor een periode van tien jaar op 34 procent. Binnen die tijd wil ik ook tien mensen tewerkstellen. Daarvoor ben ik op zoek naar een witte raaf, want mijn werknemers moeten een ingenieursdiploma hebben, commercieel ingesteld en taalvaardig zijn. De raad die ik ingenieurs in spe nog zou willen meegeven, is dat ze moeten netwerken en van verschillende werelden moeten proeven. Enkel zo creëer je de juiste marketingmentaliteit. Durf vooral out of the box te denken!”

www.anemo.eu
www.economic-latches.com
www.shangles.net
www.lido-key-fastener.com

Tekst: Florian VANDE WALLE
Foto: ANEMO