



Roelofsen (links): "Wat onze MIK-oplossing uniek maakt, is de opzet met het open platform. Iedereen kan meedenken, dus ook concurrerende accessoiresmerken."

MARC ROELOFSEN NIEUWE MANAGING DIRECTOR BASIL

Marc Roelofsen versterkt sinds 14 augustus 2017 het team van Basil. Marc zal zich in de functie van managing director richten op de internationale en rationale groei van Basil. Hij heeft binnen de fietsbranche diverse functies vervuld. Al op jonge leeftijd startte hij in de tweewielerretail, daarna maakte hij de overstap naar het leverancierskanaal. De afgelopen 20 jaar heeft Roelofsen diverse managementfuncties gehad binnen BBB Cycling, waarvan de laatste jaren als managing director. Bij BBB hield hij zich bezig met procesverbetering op diverse vlakken, het bouwen van een netwerk en met het werken aan een grote klanttevredenheid. Marthijn van Balveren: "Basil is in de afgelopen jaren flink gegroeid. De 'thuismarkten' zijn Nederland en Duitsland. Groei zien we daarnaast met name ook in exportlanden als Engeland, Frankrijk, Spanje en

Portugal binnen de EU, en Noord-Amerika daarbuiten. De dagelijkse leiding nam, mede door deze ontwikkelingen, een steeds groter beslag op mijn tijd. Ik ben kritisch gaan kijken: waar ligt mijn toegevoegde waarde voor Basil en wat zijn mijn sterke punten. Ik ben graag bezig met creatieve ideeën en productontwikkeling, Marc is goed in de dagelijkse aansturing. Hij denkt meer in structuren en processen. We vullen elkaar heel goed aan."

Het team van Basil bestaat inmiddels uit 26 vaste medewerkers. Daarnaast werkt het merk met een pool van om en nabij tien externen, zoals designers die ook in andere sectoren zoals mode en meubels actief zijn. Naast de eigen ontwerpers en engineers van Basil, is hiermee een mooie balans gecreëerd om nieuwe trends te signaleren en producten voor diverse doelgroepen te ontwikkelen.

van de consument. En denken we na over mogelijkheden hoe we de consument kunnen stimuleren onze Basil-producten te kopen. Basil zal een online strategie ontwikkelen. Deze strategie zal de zichtbaarheid van het merk Basil verbeteren. Een betere zichtbaarheid van Basil zorgt voor extra traffic en conversie binnen het retailkanaal. Zowel de dealer als de groothandel zullen hiervan meeprofiteren. Al met al een win-winsituatie. Internet moet je vóór je laten werken, niet tegen je. We zien internet als een middel om de showroom van de dealer uit te breiden. En een tweede belangrijk voordeel is natuurlijk het verzamelen van consumentendata en -feedback. Die data gebruiken wij om onze diensten naar de groothandel en dealers te verbeteren. Ik geloof in de kracht en het bestaansrecht van het vakhandelkanaal. Winkels moeten consumenten blijven verrassen, uitdagen en prikkelen. Vanuit Basil faciliteren we dit door traffic te genereren via online kanalen, door uitgekiende SEO, zoekgedraganalyse, en consumentenmarketing. Onze onlinestrategie zal de dealer in zijn dagelijkse business ondersteunen."