

Bevindingen tijdens de Veterinaire Management Week

Concurrentie van de tuincentrumdierenarts

Veterinair Nederland is volop in beweging. Tijdens de Dactari/Icovet-managementweek van dit voorjaar in Fiss (Oostenrijk) is in de vorm van intercollegiaal overleg gesproken over de ontwikkelingen in Nederland en het praktijkmanagement wat daarmee samenhangt. Een van de grootste uitdagingen bleek de opkomst van de dierenartspraktijken in tuincentra en dierenwinkels.

TEKST PETER VAN BRAKEL, RAADGEVERS (PVANBRAKEL@RAADGEVERS.NL) | FOTO NATIONALE BEELDBANK

Via het ICOVET-model hebben de aanwezigen doelgericht en gestructureerd gesproken over deze uitdaging en mogelijke oplossingen.

Casus: dierenarts in tuincentrum en pareren van omzetverlies

Bij het in kaart brengen van de trends in Nederland was één van de meest in t oog springende veranderingen de opkomst van de 'in store'-dierenartspraktijk. De gezelschapsdierenartspraktijk in een tuincentrum (zoals Ranzijn) is sinds 2012 aan een enorme opmars bezig en waar deze formule wordt toegepast, zorgt hij voor omzetsdalingen bij de naburige praktijken. Het start met een groots opgezette reclamecampagne en vervolgens de opening van een praktijk met vaak wel drie of meer fulltime dierenartsen, die bovendien zeven dagen in de week van 9.00 tot 21.00 uur open is.

De 'in store'-dierenartspraktijk dient vooral als generator van klanten voor het tuincentrum, die tijdens de wandeling naar de praktijkruimte bloemen, planten, voer, en andere tuincentrum-artikelen zien en aanschaffen. De prijzen die men hanteert zijn met name rond vaccinaties tegen kostprijs of zelfs daar onder. Ook bouwmarkten lijken het concept ondertussen interessant te vinden.

Omzet daalde met 15 procent in 2014

Een van de deelnemers van de managementweek ondervindt het effect van zo'n praktijk. De praktijkomzet daalde over 2014 met maar liefst 15 procent. De daling begon direct na de komst van deze 'dier en tuin'-praktijk. Doordat de nieuwkomers op vaccinaties en het daaraan verbonden consult een tarief tegen, of zelfs onder, de kostprijs rekenen, hebben ze een behoorlijke aanzuigende werking. Zelfs loyale klanten gaan de euro's tellen. 20 euro 'all in' is serieus lager dan de gebruikelijke 39 tot 50 euro voor een consult plus vaccinatie. Voor de relatief kleine praktijk was het lastig snel en adequaat te reageren op deze aanslag op de inkomsten. Op personeel kan men vaak niet (snel) bezuinigen. Personeel is anderzijds de belangrijkste 'asset' binnen de praktijk en kan in de toekomst juist het verschil gaan maken. Overige vaste lasten lopen ook gewoon door, dus moest de praktijk op zoek naar slimme(re) oplossingen.

Omschakelen?

Het is bij een kwakkelende economie logisch dat er prijsvechters ontstaan. Het gebeurt in de detailhandel en in de luchtvaart, en nu dus ook in de veterinaire sector. Omschakelen is geen sinecure. Veel praktijken gebruiken de opbrengsten uit de vaccinaties om andere



diensten -die niet renderen- mogelijk te maken. Denk aan een OK die grote delen van de dag niet in gebruik is. Er zijn verschillende manieren om de concurrentie te pareren.

Prijs en kwaliteit

Budgeteringen tijdens een inloopspreekuur, participeren in een budgetvestiging, versterken van de bovenkant van de markt of meebewegen in de prijs van de vaccinaties en het daaraan verbonden consult. Waar het om gaat, is dat de cliënten naar jouw praktijk komen en niet naar de concurrent. Wat een goede keuze is, hangt af van je individuele omstandigheden als praktijk. Wat kun je met je personeel, welke mogelijkheden biedt je locatie, wat is de koopkracht in je nabijheid enzovoort.

Missie en visie

De concurrentie dwingt je in ieder geval tot het bijstellen of ontwikkelen van je missie en visie. Zodra een concurrent bij je neerstrijkt, is het zaak het grotere geheel inzichtelijk te maken, een samenhangend plan op te stellen, een planning te maken, en die te implementeren. Vervolgens controleren, evalueren en waar nodig bijsturen! Kortom, neem geen ad hoc maatregelen, maar maak een doordacht plan. Je kunt je daarbij afvragen of de voorgenomen of noodzakelijke wijzigingen bij jou en je gewenste praktijkvoering aansluiten. Een deskundige die je

daarbij ondersteunt met advies en begeleiding, kan het verschil maken.

Loyaliteit

Een mogelijkheid is een loyaliteitssysteem. De vaccinatieconsults tegen de lage prijs, in een pakket samenmet een aantal andere diensten, zodat de cliënt bij je blijft komen zonder het gevoel dat hij te veel betaalt.

Herzie je 'business model'

Om je te kunnen onderscheiden van de concurrent en een omzetsdaling het hoofd te bieden, moet je om te beginnen je praktijk grondig tegen het licht te houden. Schrijf een 'business plan', dat inspeelt op deze grote veranderingen in de markt en dat je kunt inzetten zodra er een prijsvechter bij je om de hoek komt zitten. Bedenk dat je (flexibele) personeel een groot goed is. Zorg dat je optimaal gebruik van ze maakt en niet voor verrassingen komt te staan (kosten van lang verzuim zijn bijvoorbeeld met preventie te beperken en verzekeraar). Als je als praktijk de gewenste extra services, hoogwaardige zorg en meerwaarde wilt blijven verkopen, vergt dit extra inspanning en zelfreflectie. Een bedrijfsscan kan een mooie eerste stap zijn. ●

Meer informatie: www.raadgevers.nl ;
www.dactari.nl ; www.icovet.nl.