

Tijd voor rebranding: Mercateo wordt Unite

Mercateo is het afgelopen jaar een rebranding gestart. Zo herpositioneren ze zichzelf in de Europese markt. Om meer inzichten te krijgen in de rebranding en de veranderingen die dit met zich meebrengt vragen we Robert Weitmann, Country Manager Benelux, om uitleg.

Waarom is het tijd voor een rebranding?

Robert: "In de afgelopen 20 jaar hebben wij revolutionaire veranderingen doorgevoerd op de B2B-markt en zijn daarmee uitgegroeid tot een van de leidende B2B-marktplaatsen in Europa. Om te blijven voldoen aan de vraag van de complexe en snel veranderende markt was het tijd voor een herpositionering. Hiermee differentiëren wij ons van de vele opkomende marktplaatsen en benadrukken we onze ambities beter. Met Unite creëren wij een netwerk tussen leveranciers en inkopers dat de focus legt op duurzaamheid, regionale economieën, beschikbaarheid en schaalbaarheid. We voegen de producten die we aanbieden samen onder één merk."

Wat gaat er precies veranderen?

"In eerste instantie hebben we Unite als overkoepelend merk

geïntroduceerd, met de bijbehorende website, logo en de slogan 'Value added. Value shared'. Gedurende de transitie zal het huidige Mercateo overgaan in Unite. Waar Mercateo sterk de nadruk had op procesefficiëntie en kostenbesparing, focust Unite zich voornamelijk op het verbinden van de economie voor duurzaam ondernemen – 'for better business and a better world'. We verleggen onze focus op een flexibel en schaalbaar netwerk, waar zowel de leveranciers als de inkopers waarde kunnen co-creëren. Deze nieuwe mogelijkheden, boven op ons traditionele model, vormen samen de nieuwe propositie. Zo 'Uniten' we onszelf en onze stakeholders."

'For a better business and a better world', waar doelt dit op?

"Dit geeft de ambities aan die wij als bedrijf hebben. We zetten ons in voor duurzaamheid. Dat kan op verschillen-

de manieren worden uitgelegd, zo heb je bijvoorbeeld duurzame producten en duurzame relaties. Wij willen ons steentje op alle vlakken bijdragen en de disbalans tussen leverancier en inkoper op de markt herstellen. Waar een leverancier voorheen vooral zo snel en goedkoop mogelijk moest zijn, spelen tegenwoordig andere factoren een beslissende rol, zoals duurzaamheid en transparantie in de supply chain. Met ons 'Sustainable Choice' programma worden catalogi op basis van hun duurzame karakter gekenmerkt en worden aanbieders ESG-gecertificeerd. Door onze laagdrempelige digitale aansluitmogelijkheden stellen wij ook kleinere, lokale bedrijven in staat om digitaal hun producten aan te bieden op ons platform. Op deze manier zijn inkopers in staat om regionale economieën te versterken."

Hoe zie jij Unite in de toekomst ontwikkelen?

"Unite is op dit moment actief in 15 Europese landen. Zowel aanbieders als inkopers kunnen direct of via de verschillende partnersystemen optimaal profiteren van de netwerkmogelijkheden. Hierbij kunnen directe relaties worden aangegaan zonder dat daarvoor aanvullende technische of administratieve implementaties nodig zijn. Door de flexibiliteit en de hoge schaalbaarheid van Unite kunnen wij sterk inspelen op de toenemende complexiteit van eisen en verwachtingen in deze VUCA-markt. De Unite groep groeit al sinds 2000 gestaag en ondanks de huidige economische onzekerheden voorzie ik momenteel geen obstakels die verdere groei zouden kunnen belemmeren."

Dit artikel is gesponsord door Unite.

