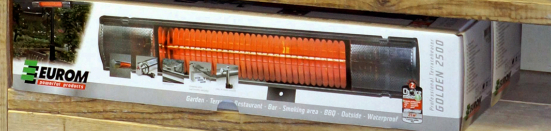
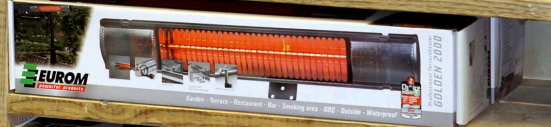


Terrasverwarmers met meerwaarde

01-10-2014 15:20



In november 40 jaar geleden begon vader Bakker met het verkopen van o.a. hogedrukreinigers aan boeren. Die professionele klantenkring maakt dat Euromac weet wat veeleisende eindgebruikers verlangen. Met die kennis, zorgen ze dat hun consumentenproducten ook aan de hoogste eisen voldoen en veel gebruiksgemak en kwaliteit voor hun geld bieden. "Wij willen dat consumenten trots vertellen over de Eurom-producten die ze bij onze klanten kopen", citeert Bakker zijn missie.

Meerwaarde communiceren

De nieuwste productgroep is die van de Eurom-terrasverwarmers. Euromac startte een jaar of zeven geleden al met een Eenvoudige 1.000 W-straler en al snel volgde daar een 2.000 W-variant op. "Maar het wordt pas echt mooi als je de klant kunt overtuigen van de meerwaarde van een betere terrasverwarmer. Daarom doen wij heel veel aan de communicatie. Denk aan verkoopbevorderende verpakkingen met keuzehulp, consumentenleaflets, schapcommunicatie en demonstraties in de winkels. De consument snapt bijvoorbeeld niets van een wattage, die wil weten hoeveel vierkante meters hij kan verwarmen en wat dat per uur kost. Als je dat presenteert, werkt het, merkte Bakker in de praktijk: "Overgang op de nieuwe verpakking leverde een grote retailketen zomaar 50% plus op."

Volop keuze

Meerwaarde heeft Euromac voldoende in ieder van de vier concepten uit de Golden Series die de firma biedt: Comfort, Traditional, Ultra en Amber (introdactie op Keulse Gafa-Spoga-beurs in september). Dat gaat van een instapper van € 99 tot het topmodel van € 249. Van een eenvoudige straler tot varianten met betere reflectoren en lampen met precies de juiste warmtefrequentie. Die geven minder storend licht maar wel de meest intense warmte. En voor de topmodellen is er een afstandsbediening en dimmer beschikbaar, binnenkort zelfs via een app op je smartphone of tablet te bedienen. Maar ook een private label van een Golden terrasverwarmer met eigen unieke eigenschappen en afmetingen is binnen deze lijn al met kleine aantallen door Euromac te realiseren.

En naast de gangbare modellen, biedt het Eurom-assortiment ook modellen die onder een parasol kunnen hangen, modellen die in een partytent kunnen staan, of types voor onder de tafel. Of voor de mensen die hem óp tafel willen, juist modellen met het design van een schemerlamp.

Voorraad en bestelgemak

Het assortiment is zo breed dat iedere retailer zijn eigen onderscheidende seizoens-assortiment kan samenstellen. Voorraadgarantie van zulke seizoensgoederen is een must, maar tegelijkertijd een hele kunst. "In een piek moet je als winkelier snel over je goederen kunnen beschikken. Denk aan een hittegolf van vijf dagen, of het gekkenhuis rond de examenfeestjes, het WK-voetbal of vaderdag. Als je dan te laat bent, kun je de producten niet meer verkopen en loop je beiden de omzet mis. Daarom maken wij veel werk van snelle leveringen uit voorraad."

Aan het begin van het seizoen vraagt Euromac haar klanten om een verwachting. Op die basis reserveren ze vrijblijvend een klantspecifiek aantal. En ze doen niet moeilijk met bestelprocedures. Naast deze prognosereservering houdt Euromac ook zelf nog een ijzeren voorraad aan, dus misgrijpen gebeurt niet snel.

's Ochtends al besteld en eind van de middag nog een extra product nodig? Dan doen ze dat er gewoon nog even bij. "Tijdens de hittegolf van vorige zomer werkten wij een enorm aantal spoedbestellingen de deur uit. Geen klant die merkte dat op dat moment tweederde van onze mensen op vakantie was. Zoiets is heel belangrijk", weet Bakker. "Want we kunnen wel een mooi assortiment van goede producten hebben, onze dealers verdienen pas geld als wij leveren op het moment dat het móét gebeuren."

Marc Nelissen