

Tiger Tess: de innovatie van Coram

25-10-2021 11:56



Na jaren van groei en Europese expansie besloot Coram drie jaar geleden de verschillende losse entiteiten te centraliseren en tot één organisatie samen te voegen. "Coram is een echt familiebedrijf en de familie Van Kempen begon in 1950 met Tiger Plastics. Bekend van de flessenlikker, maar ook van veel plastic badkameraccessoires. In 1986 werd Sealskin overgenomen, net als Geesa en Impey in de jaren daarna", aldus Brattinga. In de decennia daarna breidde het bedrijf uit in onder andere Duitsland, België, Noorwegen, Polen en Groot-Brittannië. "Binnen dat geheel had ieder bedrijf zijn eigen specialisme, maar door voorzichtige

samenwerking bleek al snel dat er veel synergievoordelen behaald konden worden door op grote schaal samen te werken. Dat was de start naar een Coram organisatie.”

Conceptdenken

De organisatie werd ondergebracht in het nieuwe hoofdkantoor in Zaltbommel. “Daar zitten we sinds vorig jaar en hebben we de beschikking over onze showroom en een modern Design Lab. Daarnaast hebben we afdelingen zoals marketing, design en productontwikkeling, content creatie, finance, IT en HR zoveel mogelijk gecentraliseerd. Dat zorgt er niet alleen voor dat we efficiënter kunnen werken, het zorgt er ook voor dat we beter in concepten kunnen denken en onze collecties beter in de markt kunnen zetten.”

Als voorbeeld noemt Brattinga het aanbieden van een douchewand in combinatie met een mooie lijn badkameraccessoires. “Die werden voorheen apart op de markt gebracht maar versterken elkaar als je ze als concept aanbiedt. Daarmee verleid je de consument en help je bovendien de retailer. Een sfeervol concept verkoop je sneller dan de losse producten alleen.”



“Tess speelt in op de trends met ronde vormen, zachte kleuren en handige en stijlvolle oplossingen.”

Tiger Tess

De nieuwe Tiger Tess-collectie is een sprekend voorbeeld van zo’n concept. “Een assortiment waarin de kerncompetenties design, onderscheidend vermogen en passend in de A-merk belevenis terugkomen. Gemaakt van hoogwaardig kunststof en ontwikkeld in ons Design Lab. Tess heeft een uniek design met ronde vormen en zachte kleuren en slimme additionele features. Samen goed voor een ‘Good Industrial Design Award’.”

Annabelle Bertrams, trademarketeer voor de Nederlandse en Duitse markt vult Brattinga aan. “Bovendien bevat Tess handige en stijlvolle oplossingen voor hygiëneartikelen zodat het toilet altijd een opgeruimde en frisse uitstraling heeft. De serie is verkrijgbaar in drie kleurcombinaties: wit-grijs, blauw-grijs en zwart-grijs. In Tess komt alles samen.”

Fris, opgeruimd en slim

Bij de ontwikkeling van Tiger Tess heeft Coram zich laten leiden door drie belangrijke consumer insights. “Uit onderzoek blijkt dat zij drie zaken belangrijk vinden in hun toilet. Het moet fris en opgeruimd zijn en ze hebben behoefte aan slimme oplossingen. De vaak beperkte ruimte, het belang van hygiëne en de uitstraling voor gasten vergroten het belang van deze criteria”, zegt Bertrams. “Tess voldoet volledig aan deze inzichten.”

De drie kenmerken fris, opgeruimd en slim komen ook duidelijk terug op de vloer van de doe-het-zelfzaken en in de e-commerce. “Het biedt een mooie combinatie van gerichte inspiratie enerzijds en de klant wegwijs maken in het schap anderzijds. We weten immers dat de consument deze elementen belangrijk vindt.”

Swoop je dagelijkse routine

Een hoofdrol in die communicatie is weggelegd voor de Swoop. “Een innovatieve wc-borstel met een flexibele borstelkop die eenvoudig ook alle moeilijk bereikbare plekken reinigt. Onder de rand bijvoorbeeld. De borstelkop is bovendien van rubber gemaakt waardoor het water en vuil er gemakkelijk aflopen. Minder nadruppelen en dus ook minder onhygiënisch restwater in de borstelhouder.”

Met de overall pay-off ‘Swoop je dagelijkse routine’ wordt het Tess-assortiment onder de aandacht gebracht. “In heldere displays waarin de volledige Tess-serie wordt opgenomen in een of twee kleuren, afhankelijk van de wensen van de retailer. Met aan de zijkant van die displays een duidelijke verwijzing naar slim, opgeruimd en fris zodat het concept direct duidelijk is. Ook voor kopstellingen zetten we opvallende POS-materialen in, zodat we voor iedere retailer een oplossing hebben”, zegt Bertrams. “En met de bijna drie meter hoge spectacular van de Swoop verleid je iedere klant naar de displays.” Daarnaast wordt Tiger Tess ook online volop gepromoot. “Van social media tot content voor websites, we gaan Tess optimaal in de spotlights zetten.”

Fris en opgeruimd

Tiger Tess bestaat naast de Swoop uit een vrijstaande toiletborstelhouder, een staande borstelhouder die ook aan de muur gemonteerd of geplakt kan worden en de vrijstaande toiletborstelhouder met opbergfunctie. Bertrams: “Daar past een fles toiletreiniger in zodat je die altijd bij de hand hebt, maar niet in het zicht staat. Echt een unieke frisse en opgeruimde oplossing.”

Opgeruimd zijn ook de opbergbox met deksel en de reserverolhouder met deksel. “Met hun organische,

vloeiende vormen en zachte kleuren passen ze in elke interieurstijl. Belangrijk want voor veel consumenten zijn het toilet en de badkamer ook steeds meer een visitekaartje van hun huis.”

Slim in gebruik

Volgens Brattinga sluit Tess naadloos aan op de visie van Coram. “Wij willen esthetisch waardevolle en mooie producten bieden voor de meest persoonlijke ruimte in huis. Waardevol in uitstraling, maar ook in gebruik. Het moet ook slim zijn.”

Sprekend voorbeeld is de toiletrolhouder met planchet. “Uit onderzoek blijkt dat veel mensen hun mobiele telefoon meenemen als ze naar het toilet gaan. Met deze oplossing hebben ze een functionele plek om de telefoon neer te leggen. Bovendien verkleinen ze daarmee de kans dat de telefoon in het toilet valt als ze hem in de broekzak willen steken.”

Positieve reacties

Dat Tiger Tess in een behoefte voorziet, blijkt wel uit het grote enthousiasme waarmee het door grote retailketens wordt ontvangen. Brattinga: “We hebben al commitment van ketens als Intergamma, Maxeda en Hubo. Zij zien de toegevoegde waarde van het concept dat betaalbaar is voor iedereen. Met Tess kan de consument het toilet of de badkamer eenvoudig een trendy nieuwe uitstraling geven zonder een grote verbouwing. Vooral in het middensegment verwachten we voor de doe-het-zelfretail de taart van toilet- en badkameraccessoires te vergroten en meer kleur te geven.”

Coram

Coram DIY is een van de vijf businessunits van Coram. Met Coram Hospitality & Projects richt het bedrijf zich op de hotel- en cruisesector. Coram Benelux, Coram UK en Coram Nordic richten zich op de professionele sanitair retailkanalen, installateurs en groothandels.

De vijf businessunits hebben volgens Brattinga hetzelfde doel: “Met heldere concepten zorgen we voor een duidelijke route to market. Daarbinnen is nog veel groei te behalen. Coram DIY wil de consument in het middensegment betaalbare concepten bieden die ze zelf eenvoudig kunnen installeren en toepassen en waarmee ze hun badkamer of toilet snel en eenvoudig een sfeervolle uitstraling kunnen geven.”

Coram, Zaltbommel, 088.297.00.00, info@coram.eu www.coram.eu

Redactie