

Gamma en Nemef: 'Draagvlak creëren door samen te werken'

14-12-2012 01:00



Ruim drie jaar geleden is Gamma, bij de opbouw van een nieuw schap, van strategie veranderd. Niet de leverancier of de retailer beslist, maar het bepalende woord is aan de consument. "Om hiervoor te zorgen, hebben we een categorieplan voor hangen sluitwerk gemaakt met onder meer een analyse en een marktonderzoek", vertelt Gamma's categoriemanager Michel Keijzer. "In dat onderzoek vragen we consumenten per categorie onder andere welke A-merken ze kennen. In de categorie 'deurbeveiliging' kwam Nemef verreweg als bekendste uit de bus."

Niet zo vreemd, vindt Assa Abloys commercieel directeur Frank Mackenzie. "We kennen de cijfers, want we voeren zelf ook marktonderzoeken uit. En met Nemef richten we ons volledig op de woningmarkt. Maar we zijn uiteraard wel erg blij dat consumenten dit bevestigen."

Open mind

Niet de merken, maar de consument is in Gamma's nieuwe schap hang- en sluitwerk bepalend. Hiermee geeft de dhz-formule gehoor aan de verandering in de marktbepalings. "In onze nieuwe aanpak leggen we bijvoorbeeld alle deurbeveiligingsproducten bij elkaar", legt Keijzer uit. "Ditzelfde doen we met producten in andere categorieën, zoals raambeslag of hangsloten. Dit is niet eenvoudig bij het inrichten van de schappen, want de verpakkingen kunnen van elkaar verschillen. Maar voor de consument is het logischer om gelijksoortige artikelen bij elkaar te hangen. En dat is voor ons van doorslaggevend belang."

Ook voor Assa Abloy betekende dit een andere manier van denken. “De tijd dat onze wil wet was, is voorbij”, weet ook Mackenzie. “Nadat Gamma ons benaderde om van Nemef hét A-merk in de categorie ‘deurbeveiliging’ te maken, zijn we gezamenlijk aan de slag gegaan met het schappenplan.”

Eenvoudig was dit echter niet, vindt hij. “Als we er nu op terugkijken, zijn alle gemaakte keuzes logisch. Maar om dit voor elkaar te krijgen, moesten we flexibel zijn en er met een open mind instappen. Alleen op die manier kun je komen tot pijnlijke opofferingen, bijvoorbeeld door een keuze te maken in het assortiment en niet alle producten uit te stallen. Alles om voor duidelijkheid bij de consument te zorgen.”

Vervangingsmarkt

Hierbij sluit Keijzer zich aan. “In bouwmarkten vinden in het assortiment hang- en sluitwerk weinig impulsaankopen plaats. Deze producten zijn vervangingsaankopen: consumenten kopen pas hangen sluitwerk bij Gamma als het huidige niet meer functioneert of als de klant beslag en sloten met SKG-keurmerk wil aanschaffen.”

Bij die gerichte aankopen zijn ze vooral gebaat bij duidelijkheid en heldere informatie. “Mede op basis van tips en ervaringen van bouwmarktmedewerkers hebben we op het schap voor duidelijke uitleg over de betreffende artikelen gezorgd.”

Ook Assa Abloy heeft hierbij geholpen, geeft hij aan. “Naast algemene informatie op het schap over huisbeveiligingsmogelijkheden kunnen consumenten ook een productinformatiefolder meenemen.

Daarnaast hebben we online voor aanvullende informatie gezorgd. Door met Assa Abloy samen te werken, willen we draagvlak creëren bij consumenten. En dankzij de gezamenlijke inspanningen van

Gamma en het complete dhz-team van assa abloy hebben we in korte tijd een complete schapombouw gerealiseerd, waarop we trots mogen zijn.”

Bewustmaking

Zeker in deze economisch mindere tijd vinden consumenten de beveiliging van hun huis erg belangrijk, legt Keijzer uit. “De kans is tegenwoordig groter dat het aantal inbraken toeneemt. daarom adviseren we bij verhuizingen altijd om de cilinders van je nieuwe huis te vervangen. Je hebt namelijk geen idee hoeveel reservesleutels er in omloop zijn.”

Ook die bewustmaking gebeurt gezamenlijk. “Samen bedenken we diverse campagnes”, vertelt Mackenzie. “Bijvoorbeeld door het thema ‘veiligheid’ centraal te zetten.” Keijzer vult aan: “In de

laatste weken van dit jaar leggen we consumenten in onze Gamma-folder uit dat ons hang- en sluitwerkassortiment vernieuwd en verbeterd is. Volgend jaar gaan we hier dieper op in, aan de hand van het thema ‘goed-beter-best’. ‘Goed’ is het Gamma-huismerk, ‘beter’ en ‘best’ neemt Nemef voor zijn rekening.”

Nieuwe lijn

Extra opvallend is dat Nemef speciaal voor Gamma een nieuwe hangslotenlijn heeft ontwikkeld (zie kader). “Deze productlijn ontbrak tot voor kort in het Nemef-assortiment”, legt Mackenzie uit. “Voorlopig is deze lijn exclusief bij Gamma verkrijgbaar.”

In de toekomst voorspelt hij nog meer noviteiten, voornamelijk op het gebied van extra veiligheid en elektronica. “Op de komende bouwbeurs introduceren we een zelfsluitende versie van onze bekende 4119- en 4109-veiligheidsslotenserie en een variant die met een afstandsbediening te openen is.”

Naar zijn verwachting kunnen consumenten binnen drie jaar hun deur ook met hun mobiele telefoon openen. “De hang- en sluitwerkmarkt is heel lang traditioneel geweest”, ziet ook Keijzer. “De laatste tijd is die markt echter aan het vernieuwen.” Ook Mackenzie ziet die ontwikkeling. “Steeds vaker worden onze elektronische productlijnen in woningbouwprojecten gebruikt. Over drie jaar is het vertrouwen van consumenten in deze producten zo veel gegroeid, dat de early adapters deze producten zullen aanschaffen.” Keijzer trekt de vergelijking met de E-Thermostaat. “Dat heeft ook even geduurd en inmiddels is het volledig vertrouwd en geaccepteerd.”

Positieve ervaringen

Half oktober vond de eerste ombouw plaats bij Gamma Veenendaal, dat als pilotwinkel diende. Volgens Keijzer waren de ervaringen louter positief. “Op alle gebieden. Medewerkers merkten dat consumenten duidelijker en beter van informatie voorzien werden in het schap en daardoor eenvoudiger een keuze kunnen maken.”

Onder invloed van de Nemef-producten heeft Gamma zijn private label opgewaardeerd. “Uit het marktonderzoek kwam ook naar voren dat consumenten veel waarde hechten aan keurmerken, zoals PKVW en SkG. daarom hebben we hiervoor gezorgd bij ons Gamma-merk.” Dit private label hangt onder het Nemef-assortiment. “Frank wil dit liever niet horen, maar het is wel zo: met Nemef als a-merk proberen we consumenten te lokken. Daarna hopen we dat ze niet alleen voor Nemef, maar ook voor ons private label kiezen”, aldus Keijzer.

Nemef-hangslotenlijn

Om de toenemende mate van samenwerking op het gebied van categorymanagement met Gamma te kunnen invullen, heeft Assa Abloy haar Nemef-assortiment uitgebreid met een lijn hangsloten. Hiermee is het mogelijk om met dit merk niet alleen de woning te beveiligen, maar ook persoonlijke eigendommen vast te leggen. Door met verschillende kleuren de verschillende sterktes van de hangsloten aan te geven, kan de consument eenvoudig een goede keuze maken. Ook staat de roestindicatie op de verpakking. Dit is met name van belang wanneer een hangslot buitenshuis wordt gebruikt.

Marc Nelissen