

Kers op de taart: Bison Transparante Poly Max

29-11-2017 00:04



“Een kwart van de omzet van Bisons consumentenomzet komt uit innovaties.” Dat durft Bisons country-director Frank Heus wel te stellen. “We zijn het aan onze stand als merkfabrikant verplicht om voortdurend te luisteren naar de consument en in te spelen op zijn behoeften.” Dat doet Bison onder andere met producten die beter, sneller en gemakkelijker werken.

Kers op de taart

De nieuwste innovatie is de Bison Poly Max High Tack Express, maar dan in de transparante variant. Marketingmanager Steven Fitsch: “Dit is de kers op de taart van de hele range. Met Bison Poly Max kun je lijmen, kitten en afdichten. De High Tack-eigenschappen zorgen voor een snelle aanvangshechting. De Express-kenmerken maken de Bison Poly Max extreem snel. Zo heb je echt alles wat je wilt om snel en gemakkelijk te werken.” Heus weet het uit eigen ervaring. “Consumenten willen snel en gemakkelijk. Kopen ze een televisie, halen ze die uit de doos en zetten ze hem aan. Het moet snel en gemakkelijk. Mensen gaan niet eerst een gebruiksaanwijzing lezen en dan goochelen met kabels. Ze willen een plug & play-oplossing.”

Technisch een hele klus

En plug & play, dat is de Bison Poly Max Hight Tack Express Transparant. Het is eigenlijk een product dat overal goed voor is. Een product dat de verkopers op de winkelvloer met een gerust hart voor alle toepassingen kunnen verkopen. “Het biedt een simpele en goede oplossing voor alle klussen en een heel mooie kassa-aanslag”, zegt Fitsch. “Eén product voor alles. Supersnel, sterk en nu ook in transparant.”

Het was geen gemakkelijke uitdaging, geven Heus en Fitsch toe. Technisch was het een hele klus. Fitsch: “In

dit product komt zoveel techniek bij elkaar. Er zijn zoveel facetten en dynamieken die dit tot een slecht product hadden kunnen maken. Maar dat kunnen wij ons als Bison natuurlijk niet veroorloven. De consument was duidelijk in zijn wens: dit moest hem worden. Bisons R&D-team had anderhalf jaar nodig om deze innovatie klaar te hebben voor de markt.

Honderdduizenden kokers

Bij de introductie van de Bison High Tack Express zette Bison de koker en de tube tegelijkertijd in de markt. Bij de Transparante Bison Poly Max ligt de volledige focus nu op de koker. Heus: "De markt is met gemak honderdduizenden kokers groot en ik denk dat dit product ons marktaandeel verder zal vergroten." Fitsch voegt toe: "Door dit product groeit de categorie, dus hier wordt iedereen beter van. Het is een premium-product voor een premium-oplossing. Dit bedient de eindgebruiker op zijn wenken, dus heeft hij er ook een premium-prijs voor over."

Een alomvattende promotiecampagne van Bison gaat zorgen dat geen enkele consument deze nieuwe Poly Max-variant zal ontgaan. Zoals de fabrikant met Stuk-TV en de Red Bull Zeepkistenrace online al een miljoenenpubliek bereikte, gaat Bison dat nu voor Poly Max doen. Daarnaast gaat Bison Poly Max High Tack Express Transparant ook op TV: van week 52 tot en met week 8.

Waterdicht marketingplan

Fitsch: "Wij hebben een gedegen marketingplan waarbij wij heel gericht onze doelstellingen zullen behalen. Daarom nodigen we al onze klanten in retail van harte uit om hiervan te profiteren." Misschien klinkt het nog te ambitieus, maar Fitsch kent dit vanuit zijn fast-moving-consumer-tijd bij Procter & Gamble. "Kijk naar Coca Cola Company, Procter & Gamble, Unilever en alle andere producenten van A-merken. Zij maken die keuzes door goed te luisteren naar de consumenten en deze goed te begrijpen. Op basis van deze insights neem je de volgende stap en werk je dit uit in een nieuw totaalconcept. Uiteindelijk bepaal je zo de route naar de retail en de consument. Het is volgens mij een mooie kans op groei voor de retailers. En als je zelf niet groeit, groeit de concurrent."

Winnen met winnaars

Voor op de winkelvloer zijn er ook nu weer opvallende verkoopondersteunende materialen, in gelimiteerde oplage, gecombineerd met klusgerichte seizoenscampagnes. "Is het straks weer voorjaar? Dan spelen we daarop in onder andere met online triggers voor een Bison-klus. Fitsch: "Eigenlijk bieden we retailers niet alleen een innovatief product, maar we leveren hen met een totaalconcept meteen traffic en klandizie." Heus: "Wij willen winnen met winnaars. En als retailer wil je toch ook sterke A-merken in je winkel? Daarom belonen wij retailers die investeren in deze verkoopondersteunende activiteit en die inhaken op onze Bison Poly Max campagne, door deze producten met voorrang uit te leveren."