

“Met vernieuwd Pure by Flexa ColorLab-concept kun je nóg beter scoren”

01-12-2017 00:04



“Twaalf jaar terug is de eerste acht meter Pure-kleurenwand de verfwinkels ingerold”, zegt Michiel van Haperen, salesmanager voor de speciaalzaken bij AkzoNobel. “Nu staan er door heel Nederland meer dan 300 kleurenwanden. Ondernemers die er mee werken, boeken succes. Maar.... de afgelopen jaren is er veel veranderd. Op kleurgebied, hoe de consument snel en goed tot de juiste kleurkeuze komt”, zegt Van Haperen. “We hebben het concept tussentijds wel opgefrist, maar nu was het tijd voor een grotere vernieuwing.” De juiste hulp bieden aan de schilderende doe-het-zelver is de rode draad in alle veranderingen die AkzoNobel in samenwerking met een aantal Pure-dealers heeft doorgevoerd. Dat zie je terug in het aangepaste kleurpalet, in de kleurenwand, het assortiment, de verpakking én de communicatie-aanpak.

Kleurpalet

Op kleurgebied is er dus veel veranderd. Daarom is het kleurpalet aangepast naar de huidige kleursmaak én toekomstige trends aangevuld met inspirerende foto's in verschillende woonstijlen. Om het keuzeproces te vereenvoudigen zijn de kleuren teruggebracht naar een overzichtelijk aanbod verdeeld in drie kleurfamilies en een jaarlijks wisselende kleurentrendcollectie. De kleurfamilies binnen het vernieuwde Pure by Flexa ColorLab-

concept zijn: de vergrijsde kleuren, de natuurlijke kleuren en de felle en pastelkleuren. Het nieuwe samengestelde kleurpalet dient nog meer te helpen bij het kiezen van de juiste kleuren.

Willeke Jongejan, Senior Designer binnen het Flexa ColorLab legt uit hoe dat werkt: "In plaats van de keuze van zeven kleuren per verticale kleurrij hebben we de rijtjes ingekort tot vijf kleuren. Daarnaast is het door de rangschikking van de kleuren ook eenvoudiger om tot een kleurcombinatie te komen. De onderste drie toon-in-toon kleuren kunnen als basiskleur worden gebruikt, waarbij de bovenste twee accentkleuren automatisch een idee geven hoe een krachtige felle of donkere kleur hiermee combineert. Wil je een spannender contrastrijk eindresultaat? Combineer dan de kleuren horizontaal binnen het palet. Kortom, een succesvol kleuradvies is gegarandeerd."

Kleurenwand

Van Haperen: "De wand is overzichtelijker waardoor je als verfspecialist met je klant snel tot de juiste kleurkeuze komt. Overzicht creëren we deels door het aantal oorspronkelijke kleuren te halveren en te werken met de eerdergenoemde kleurfamilies. Maar ook door binnen de kleurfamilies inspirerende interieurs te tonen." Channelmanager Marcia Snijder: "Met deze fotografie laten we zien dat de drie paletten ongeacht smaakvoorkeur in ieder type huis passen. Zo is het neutrale kleurpalet perfect in een landelijke woonkamer, maar ook heel goed toe te passen in een klassiek of modern interieur."

Naast de drie kleurfamilies is ook een kleurentrendcollectie toegevoegd waarvan de Kleur van het Jaar Heart Wood onderdeel is. Dit kleurpalet en bijbehorende fotografie worden jaarlijks vernieuwd en in de kleurenwand ondersteund door Flexa Kleurtesters, zodat de consument de kleur thuis op de muur goed kan beoordelen. De overige kleuren in de wand worden ondersteund door de grote (A4) geschilderde Pure by Flexa ColorLab-kleurstalen.

Onderzoek

In een onderzoek onder top Pure-dealers van Nederland gaven bijna alle winkels aan dat de grote geschilderde kleurstalen heel goed werken en moeten blijven. Snijder: "Winkeliers willen echt lekker kunnen werken met de Pure-wand. Daarom is het ook belangrijk dat glansgraadpanelen aanwezig zijn, net als een goede leraar, een wisselende trendcollectie en inspirerende interieurfoto's. In de nieuwe wand hebben we daar natuurlijk rekening mee gehouden." Van Haperen: "De oude Pure by Flexa ColorLab-kleurenwand kreeg overigens een hoog cijfer, wat trouwens bijzonder is voor wand van twaalf jaar oud. Daarom zijn we de aanpassingen gaan doen vanuit de bestaande kleurenwand. Het meest belangrijk voor de VBS-dealer is dat de kleurenwand zijn winkelbezoeker nog meer gaat helpen om een kleurkeuze te maken. Met de nieuwe wand verwachten zij dat zeker en wij dus ook."

Krijtverf en nieuwe verpakking

Nieuw binnen het Pure by Flexa ColorLab-assortiment is een poederachtige matte krijtverf. Die bevat Polysiloxaan en zorgt ervoor dat het langdurig zijn authentieke uitstraling behoudt. De dekking is optimaal en de kleur extreem vast en zeer schrobbaar. Pure by Flexa ColorLab-krijtverf is geschikt voor muren, meubels en accessoires. Naast dit product blijven de Pure by Flexa ColorLab-muurverf zijdemat en extra mat bestaan,

evenals de lak hoogglans, zijdeglans en mat. Met de krijtverf is de kalkmatte muurverf komen te vervallen.

Naast het kleurpalet, de kleurenwand en aangepaste assortiment zijn ook de verpakkingen aangepast. De nieuwe verpakking laat nu meer uniformiteit in het schap zien en heeft een luxere uitstraling onder andere door het nieuwe design en omdat er minder tekst is gebruikt. Van Haperen: "Als je zo'n strak gespiegeld schap ziet, dat maakt echt indruk. De verpakking geeft nog meer premium-uitstraling en de visuele pictogrammen maken onze productclaims qua uiterlijk en resultaat nog duidelijker."

Onder de aandacht

Dit vernieuwde Pure by Flexa ColorLab-concept komt – zoals we van AkzoNobel gewend zijn – samen met een passende communicatieaanpak. Er komt een uitgebreide mediakit, die je als verfspciaalzaak zelf in kunt zetten. Als voeding voor je social-mediakanalen maar ook als generator van aandacht in lokale media. Het bekende Menuez-programma kent zo meteen ook nieuwe templates waarmee je extra gemakkelijk in je regio kunt communiceren.

Van Haperen: "Met ons salesboost-programma stellen we onze dealers in staat om klanten naar hun winkels te trekken. En als die klant eenmaal binnen is, hem ook daadwerkelijk te laten kopen." Snijder: "En al die regionale en lokale dealercommunicatie ondersteunt AkzoNobel vanuit een landelijk niveau. Denk aan de samenwerking met een grote groep influencers en bloggers, echte verffans. Speciaal voor Pure by Flexa ColorLab laten deze ambassadeurs vanaf november meermaals van zich horen. De hoofdboodschap van deze belangrijke Nederlandse interieur influencers en bloggers is natuurlijk 'Hoe ga je thuis aan de slag met Pure by Flexa ColorLab'. Van Haperen: "Op deze manier investeren we samen met onze Pure-dealers in groei. En als ze groeien, verdienen je als dealer je investering gemakkelijk terug. Zo mooi kan samenwerking zijn."

Het nieuwe Pure by Flexa ColorLab-concept

- Vernieuwde kleurenwand
- Aangepast assortiment
- Vernieuwde verpakking
- Nieuwe productclaims
- Jaarlijkse update trendcollectie
- 360° communicatieplan
- Brand-story aangescherpt