

“Wij verkopen een behaaglijk huis”

21-02-2018 00:04



In die ‘dialogo’ zit de kern van de missie en visie van Eurom verpakt. Bakker: “Luisteren naar de klant, dat is voor ons het meest belangrijke. Wat wil die klant? Waaraan heeft de consument behoefte? Die informatie biedt ons de mogelijkheid om producten te ontwikkelen en ze sneller te verbeteren. Onze producten zijn probleemoplossers. Die belofte kunnen we alleen waarmaken als we weten waaraan precies behoefte is.”

Elektrisch verwarmen

Daarnaast zet Eurom de aanwezige (product)kennis in om de klant ervan te verzekeren dat naast kwaliteit ook veiligheid wordt geboden met de elektrische producten. “Een mooi voorbeeld daarvan zijn onze kachels met WiFi en de gratis Eurom-app. Door nieuwe wetgeving moeten elektrische kachels met een permanente plek verplicht voorzien zijn van een weektimer en ook moet die kachel twee standen hebben. Nu kun je dat wel met losse elementen toevoegen, maar wij hebben deze functionaliteiten aan de printplaat van de kachel toegevoegd. Hierdoor wordt het gebruiksgemak voor de consument enorm vergroot. Die kan onderweg naar huis regelen dat het in de woonkamer 21 graden is en op de slaapkamer 19 graden. Gewoon vanuit de app.” In de ontwikkeling naar een zo duurzaam mogelijke energiehuishouding speelt elektrisch verwarmen een

belangrijke rol, misschien zelfs wel de hoofdrol. Dat betekent volgens Bakker dat de belangstelling voor elektrische kachels de komende jaren verder zal toenemen. "En naarmate deze kachels ook steeds meer een permanente plek in huis krijgen, wordt het design ook belangrijker. Het spreekt voor zich dat wij daar in de verdere ontwikkeling van onze producten ook vol op inzetten."

Geen rood terras

Ook als het gaat om terrasverwarming geldt dat Eurom continu polst waarom producten erg succesvol zijn of juist niet zo hard lopen. Zo bleek dat een deel van de consumenten de rode gloed van de lampen als storend ervaarde. Bakker: "Daar zijn wij mee aan de slag gegaan en hebben vervolgens een nieuwe serie terrasverwarmers ontwikkeld die wel de warmte bieden, maar geen rood licht. Door zo continu te investeren in de verdere ontwikkeling van je assortiment, kun je de concurrentie voor blijven." Zo werden recent de Shadow-varianten ontwikkeld, net als de 'Heat and Beat'-serie. Die laatste terrasverwarmers zijn uitgerust met ingebouwde speakers.

Luisteren naar consument

Hoewel de nadruk tijdens deze wintermaanden vooral op het verwarmen ligt, ontwikkelt Eurom op alle fronten en in alle productgroepen. "Zo hebben we inmiddels een mobiele airco, de CoolSilent 90, die niet meer geluid maakt dan een moderne vaatwasser. Ook hiervoor geldt dat de ontwikkeling van dit product vooral is ingegeven door de consument. Er is onderzoek gedaan naar de redenen waarom consumenten geen airco aanschaffen. Dat blijkt in de meeste gevallen voornamelijk het lawaai te zijn. En aangezien de consument toch de beslissende factor is in onze business, gaan we serieus met dergelijke signalen aan de slag."

Logistiek

Niet alleen de producten van Eurom moeten ontzorgen, ook de dienstverlening moet zowel de consument als de verkopende dealer helpen. "Dan hebben we het bijvoorbeeld over onze marketing, maar ook over de logistiek. Zorgen dat producten snel op de plek van bestemming zijn, en dat de klant niet misgrijpt. Zo kunnen dealers voorraad reserveren en daarmee kunnen zij hun serviceniveau ook weer hooghouden. Daarmee zorgen we er gezamenlijk voor dat we blijven doen wat we beloven."

Aan marketing wordt eveneens veel aandacht besteed. Bakker: "Dat houdt overigens niet in dat we veel budget reserveren voor reclame, maar wel dat verpakkingen duidelijk zijn. Dat ze eenvoudig vertellen wat erin zit. Daarmee helpen we zowel de verkoper in de winkel als de consument. Ook hebben we een aantal hulpmiddelen waarmee klanten snel tot de juiste keuze kunnen komen. Voor terrasverwarming hebben we bijvoorbeeld een keuzeboom: wilt u gas of elektrisch; wilt u staande of hangende terrasverwarming; etc. Dat is ontzorgen."

Groei

Om al deze beloftes nu en in de toekomst waar te kunnen maken, breidt Eurom momenteel het magazijn in Genemuiden flink uit. "We krijgen straks meer dan een verdrievoudiging van het volume ten opzichte van de huidige situatie. Daarnaast gaan we werken met een semi-geautomatiseerd palletsysteem, waardoor we niet alleen veel meer voorraad kwijt kunnen, maar ook effectiever kunnen werken."

Eurom op social media

Sinds kort is Eurom ook te vinden op de social media-kanalen. Bakker: "Daar willen we onze producten, acties, noviteiten en nieuws onder de aandacht brengen. Zeker in deze beginperiode hebben we veel acties. Volg ons dus!"