Festool: 'Zekerheid door service'

18-04-2013 02:00



Op de BouwBeurs konden professionals op de stand van Festool en Protool terecht voor voorlichting en demo's. 's Avonds waren de dealers aan de beurt. Onder het genot van een hapje en een drankje werden zij door de voormalig topkeeper getrakteerd op een inspirerende lezing. Hij overtuigde de bezoekers ervan dat het verschil tussen mislukking en succes vaak zit in het veranderen van de eigen instelling. Daarbij legde hij de link tussen zijn mislukte seizoen in 1987 en zijn topseizoen in 1988, waarin hij zowel de Europacup I als de Europese titel wist te veroveren met resp. PSV en het Nederlands elftal. (Benieuwd naar Van Breukelens hoogte- en dieptepunten? Bekijk dan dit filmpje.)

Loyaliteit

De lezing van Van Breukelen werd voorafgegaan door korte presentaties van directeur Leo van der Werf en salesmanager Ronald La Croix. Leo van der Werf onderstreepte nogmaals de loyaliteit naar de vakhandel, maar gaf ook een waarschuwing. "De toptijden van een aantal jaar geleden komen waarschijnlijk niet meer terug, maar dat betekent niet dat je bij de pakken neer moet gaan zitten. Je zult dienen te veranderen, want uw klant doet dat ook. Tegenwoordig lijkt het erop dat er alleen nog marketing bedreven wordt met de P van prijs, terwijl de P van prijs bij uw klanten vaak helemaal niet op de eerste plaats staat. De klant verwacht kennis van zijn vakhandelaar, beschikbaarheid van zijn product én service. Met service kun je jezelf nog beter

onderscheiden dan met je product.”

Zekerheid

De slogan van de leverancier, ‘zekerheid in onzekere tijden’, sluit daar naadloos op aan. Zo vertelde ook Ronald La Croix: “Wij bieden drie jaar garantie, ook op de accu. En juist daarin onderscheiden we ons. Ook geven we klanten de gelegenheid de machine eerst te testen. Voldoet die niet aan de wensen, dan kan de eindklant terugkomen voor een nieuwe machine. Maar ook de gratis diefstalverzekering staat in het teken van zekerheid. Met dit hele pakket garanderen we dat de professional altijd door kan werken.”

Maar dit zijn niet alleen voordelen voor de eindgebruiker, ook de handel kan hier volgens de leverancier van profiteren. “Door het bieden van extra service, zoals Festool deze aanreikt, kan de handel haar klanten nog beter bedienen en aan zich binden. In plaats van de eigen marge te verkleinen door het verlagen van de prijs is het veel rendabeler om extra service te bieden. En dit is niet wat wij als leverancier zeggen – dit zegt de klant. Meer dan 83% van de eindgebruiker gaf tijdens de Bouwbeurs op de stand van Festool en Protool aan dat extra service een zeer belangrijk argument is om een bepaald merk aan te schaffen.* Kortom, de eindgebruiker hecht zeer veel waarde aan zekerheid. Zekerheid op het gebied van kwaliteit en zeker ook op de investering die hij moet doen. En dit biedt Festool”, aldus Ronald La Croix.

Demonstratie

Dat de focus tijdens de lezingen op service lag, wil natuurlijk niet zeggen dat de producten van Festool niet van de hoogste kwaliteit zijn. Zoals tijdens de Bouwbeurs op originele wijze werd gedemonstreerd, zijn de accu-schroefboormachines van Festool bestand tegen de zwaarste omstandigheden.

**onderzoek TTS Tooltechnic Systems BV na afloop van de Bouwbeurs 2013*

Marc Nelissen