

De complete servicecirkel

16-11-2012 01:00



Metzger, Beamix en Weber vallen sinds 2008 samen onder moederbedrijf Saint-Gobain. “Vanaf dat moment moesten we onze aandacht over meerdere merken verdelen”, legt category manager Peter

Sonntag uit. “We hebben in 2011 een team samengesteld dat moest gaan onderzoeken hoe we die merken zo sterk mogelijk konden vermarkten”, vult hoofd verkoop van bouwmaterialen Mark Alofs

aan. “De bekendheid van zowel Beamix als Metzger stond buiten kijf”, gaat Sonntag verder. “Bij Metzger waren het naast de merknaam ook de producten zoals Flevopol, Cebapoeder en Rhinodek

die een sterke naamsbekendheid hebben. We hebben er uiteindelijk voor gekozen om die sterke productnamen te combineren met de internationale naamsbekendheid van Weber. Dat is dubbel positief. De handel profiteert nu van beide sterke namen, bovendien blijft de kwaliteit van het product voor de verwerker gewaarborgd.”

Waterdichting

Tegelijkertijd met het omzetten van de Metzger-producten naar het Weber-assortiment, heeft het bedrijf er ook voor gekozen een nieuwe productgroep aan het assortiment toe te voegen: waterdichting. Alofs: “We zien dat

de acceptatie bij de handel om deze producten te leveren aan het groeien is. Dat komt mede doordat de producten nu zo ver zijn doorontwikkeld. Het is niet meer alleen voorbehouden aan specialistische bedrijven, maar ook de complete klusjesman kan er nu mee overweg. Een voorbeeld is onze waterstop injection cream, die optrekkend vocht voorkomt. In het verleden moest je dan bijvoorbeeld de muur als het ware optillen en er een stalen plaat tussen leggen. Met dit product kun je volstaan met het boren van een aantal gaten en de injection cream injecteren met een doseerpistool. Door dit soort slimme producten zijn dergelijke werkzaamheden nu toegankelijker voor een breder publiek.”

Met het invoeren van de nieuwe productgroep heeft Weber ervan kunnen profiteren dat het onderdeel uitmaakt van een internationaal concern. “In Italië hebben ze in steden als Venetië veel ervaring met zoutuittreding”, zegt Sonntag. “Hierdoor gaat een muur er ontzettend lelijk uitzien. Maar in Nederland hebben we dat probleem in Zeeland en andere kustprovincies net zo goed. In Italië is er al een oplossing voor gevonden en zo konden we de Weber.dry Renovatie introduceren op de Nederlandse markt.”

Servicecirkel

Ondanks het internationale karakter van Weber hecht het bedrijf belang aan een Nederlandse uitstraling. “Wat we ook uit het buitenland halen, de tekst op de verpakking is altijd Nederlands”, aldus Alofs. “We willen niet dat verwerkers eerst tussen zes talen naar de Nederlandse uitleg moeten zoeken. Dat is best een investering, maar daar willen we ons mee onderscheiden. Net zoals de rest van onze servicecirkel.” Met die servicecirkel helpt Weber de handel om de producten door te verkopen. En die cirkel is uitgebreid: zo is er voor de handel duidelijke point-of-sale-informatie in de vorm van horizontale of verticale borden. Maar ook een balie-adviesblad met productinformatie. De cirkel wordt verder compleet gemaakt met een aantrekkelijk pakket aan servicemiddelen dat de professional extra ondersteuning biedt. Sonntag: “We geven technische informatie via onze website, de Weber-app voor Iphone en Android en de Weber-gids, een compleet naslagwerk waarin de toepassing, verwerking en productinformatie over alle Weber-producten bij elkaar zijn gebracht. Naast het nieuwe-mediageweld is er trouwens ook nog gewoon een ouderwetse helpdesk, waar klanten van 07.30 tot 17.30 uur terecht kunnen.”

Verder gaan

De servicecirkel wordt verder gecomplementeerd met trainingen en demo's, zowel in het Weber Beamix opleidingscentrum als op locatie bij de bouwmaterialenhandels zelf. “Al deze servicemiddelen

komen samen in de slogan ‘Weber helpt u verder’”, zegt Alofs. “Hiermee laten we zien dat we net een stapje verder gaan, zowel voor de verwerker als voor de bouwmaterialenhandel die onze producten verkoopt.”

Marc Nelissen