

Simson en Bostik samen (nummer) één

02-09-2015 21:53



Op de kokers prijkt Bostik als hoofdmerk, maar Simson blijft voorlopig als sub-brand te zien om de herkenbaarheid te behouden. De compleet nieuwe verpakingslijn is zeer herkenbaar door de donkerblauwe verpakkingen met de zeer kenmerkende beeldmerk van de Groene Gekko en de slogan 'smart adhesives'. Dit weerspiegelt precies de ambitie van Bostik: leverancier van slimme en innovatieve lijmoplossingen.

Enorm assortiment

Manager Marketing & Communicatie Benelux Arno van de Laar en Sales Manager Ronald Verheijen halen het succes van het tegellijmmerk Ardal aan. Dat werd vorig jaar ook als 'lokaal' A-merk omgelabeld in Bostik. "De klanten hebben de nieuwe verpakking en merknaam zeer goed ontvangen. En dat zien we direct terug in de groeiende omzet. Met de rebranding van Simson naar het merk Bostik kunnen we nu voor elke toepassing in bouw een oplossing kunnen bieden onder het merk Bostik", zegt Van de Laar. Of het nu gaat om montagelijmen, gevelplaat- of steenstriplijmoplossingen, afdichtingen, hout- en contactlijmen, primers voor betere hechting, isolatie- of daklijmen, brandwerende afdichtingen en vochtwerende producten, uitvlakmortels, tegellijmen, wand- en vloerlijmen. Het assortiment is breed en specifiek tegelijk. Er is geen één merk die zo compleet is in al deze verschillende disciplines. Het moet nu wel vreemd lopen als Bostik geen oplossing heeft, want met het wereldwijde merk zijn nu ook Bostik producten uit andere landen beschikbaar voor Nederland. "We kunnen nu dus zomaar uit bijvoorbeeld het Duitse, Franse of Engelse portfolio putten als daar een geschikte oplossing beschikbaar is voor een specifieke probleem. Dat is een enorm groot voordeel voor

groothandels en dealers omdat zij nu slechts één merk, één leverancier nodig hebben voor een goed en compleet aanbod.

Complete lijmoplossingen

In de bouw levert het 125-jarige Bostik niet alleen gewoon producten, maar vooral ook toegevoegde waarde. Verheijen: "De klant staat centraal bij Bostik. Meedenken in oplossingen. Een mooi en goed recent voorbeeld hiervan is het project van 'het Groningse Sportblok' aan de violenstraat, onlangs gekozen tot het mooiste gebouw van Groningen, waarbij ons nieuwe elastische lijmsysteem voor steenstrips is gebruikt. Met het verlijmen van steenstrips krijg je een ongekennde vormvrijheid. Met onze sterke en elastische verlijmingen verzeker je je er meteen van dat de strips niet loskomen en niet barsten of breken vanwege werking in de ondergrond. Zo bieden we ultieme zekerheid door vroegtijdig in het project mee te praten over de juiste oplossing." Dat doet Bostik vaak samen met leveranciers van steenstrips en gevelbeplating omdat ook zij weten dat met dit merk de kwaliteit gegarandeerd is.

Verheijen: "We bieden zelfs een All-Risk garantie bij het verlijmen van bepaalde gevelplaten. Daarmee voorkom je lastige procedures, juridische strijd en knokpartijen voordat er een oplossing is. Op basis van onze productkwaliteit en expertise dekt een verzekeraar zonder meer alle problemen zodat je als opdrachtgever gegarandeerd kunt vertrouwen op een perfect eindresultaat."

Gekko: innovatieve kleefkracht

De Gekko is het beeldmerk van Bostik. Groen als symbool voor duurzaamheid en milieuvriendelijkheid en het beestje als teken voor innovatieve kleefkracht. Ter promotie van het merk werd er laatst een Boeing helemaal voorzien van Bostik-kleuren waardoor de fabrikant een 250m² vliegend billboard door heel Europa heeft. Hoe opvallend wil je het hebben?

Om van de Tour de France nog maar niet te spreken. Bostik is sinds dit jaar Official Supplier van dat wielrenspektakel. Verheijen en Van de Laar: "Met dit soort promoties maken we het merk nóg sterker en aantrekkelijker voor onze dealers."

Marc Nelissen