

“We blijven continu innoveren”

23-05-2019 00:55



“In de afgelopen periode zijn Bison Kit, Bison Tix, PU-Tix, Wood Max en de witte houtlijmen overgegaan naar het merk Griffon, waarbij de vertrouwde hoge kwaliteit onveranderd is gebleven”, zegt Roy van Itegem, Trade Marketing Manager voor de professionele markt bij Griffon. “In 2017 hebben we bijvoorbeeld deze overgang van het Bison Professional merk naar het Griffon merk al gemaakt met de Poly Max montagelijmen. De houtlijm en contactlijm zijn de laatste productlijnen die naar het merk Griffon over zijn gegaan. Verdwijnt de naam Bison Professional dan helemaal van de markt? “Nee”, zegt Van Itegem. “Het blijft selectief beschikbaar voor de profklant die bij dhz-winkels komt.”

Griffon: merk voor de profklanten

Door te kiezen voor Griffon zijn de beste oplossingen voor professioneel verbinden, lijmen, afdichten en beschermen nu allemaal beschikbaar onder één professioneel merk. En dat is wel zo makkelijk voor zowel de professionele groothandel als voor de vakman. Om er zeker van te zijn dat de vakman zijn vertrouwde houtconstructielijmen en contactlijmen kan blijven vinden in het schap, is naast het behouden van vertrouwde

kleuren, designs en productnamen als Bison Kit en Bison Tix op de verpakkingen ook een Bison Prof afzender te zien in de vorm van een logo en de tekst 'original Bison quality'. Om de overgang verder te ondersteunen zijn point of sale materialen ontwikkeld, waaronder folders, vloerstickers, wobblers en schapkaartjes. Van Itegem: "We laten dan ook niets aan de twijfel over als het gaat om de vindbaarheid van onze producten."

Van Itegem: "Griffon bestaat als merk al 50 jaar. In 2001 hebben we het bedrijf en het merk overgenomen. Ze waren bekend van hun uitgebreide assortiment PVC-lijmen, maar in de loop der jaren is het hoogwaardige en oplossingsgerichte assortiment voor de vakman flink uitgebreid. Van soldeerproducten en technische sprays tot water- en luchtdichte coatings en montagelijmen."

Kwaliteitsborgingsysteem

"Griffon producten hebben de hoogste kwaliteit", verduidelijkt Sales Director Benelux Professional Business Egbert Willemsen. "Onze keuringen zijn uitstekend geregeld, waardoor we voldoen aan hoge eisen. Veel van onze producten zijn voorzien van CE-markeringen en voldoen aan EN-normeringen. Op deze manier is de professionele gebruiker zeker van een gegarandeerde kwaliteit. De kwaliteit van onze producten wordt tevens gegarandeerd door keurmerken zoals KOMO, Gastec en KIWA."

Continue productontwikkeling

Naast kwaliteit speelt ook innovatie een belangrijke rol bij Griffon. Daarbij wordt continu gezocht naar nieuwe en betere oplossingen voor de professionele vakman. Willemsen: "Bestaande producten verbeteren we voortdurend. Zo werken ze nog beter en maken we ze vriendelijker voor de gebruiker en het milieu." Hiervoor doet het merk uitgebreide research en staan ze in nauw contact met professionele doelgroepen. "Met onze producten hebben we al een mooie positie, maar we willen blijven innoveren. Kwaliteit is het belangrijkste, tegelijkertijd willen we ook minder milieubelastende producten op de markt brengen."

Wood Max: unieke innovatie

"Een aantal jaren geleden introduceerden we Wood Max, de eerste D4 houtconstructielijm op basis van SMP-technologie in de wereld", geeft Van Itegem als voorbeeld. "Een product vrij van oplosmiddelen, polyurethaan en isocyanaten, waarmee je vrijwel alle houtsoorten en vele bouwmaterialen onderling kunt verlijmen. Wood Max is extreem sterk en voldoet aan de D4-normering, wat betekent dat deze watervast is. Inmiddels hebben we hier ook een extreem snelle variant ontwikkeld. Unieke producten waarvoor jaren ontwikkeling nodig was. Dat gebeurde in ons laboratorium in Goes."

Als toepassing geeft hij het voorbeeld van de opkomende prefab-industrie, waarbij de productie van bijvoorbeeld dakelementen vaak binnen plaatsvindt. "Momenteel wordt er vooral gebruikgemaakt van lijmen op basis van polyurethaan. Een prima oplossing, maar je moet wel rekening houden met het dragen van handschoenen en voorkomen dat de damp wordt ingeademd. Een innovatie als Wood Max is dan een uitkomst. Het product heeft geen enkel gevarensymbool en geen enkele gevarenzin op de verpakking vermeld staan."

Nauwe samenwerking

En hoewel Bison en Griffon twee merken met ieder een aparte doelgroep zijn, wordt er ook nauw samengewerkt. "De Griffon producten voldoen aan de eisen van de professionele vakman, die vaak anders zijn dan van de dhz-er. We proberen vaak doorvertalingen van Griffon producten te maken naar de dhz-sector." Willemsen: "Vergelijk de professionele markt maar met de Formule 1: als eerste worden hier de innovaties ontwikkeld en getest en bij succes doorgezet naar de markt. Zo doen wij dat ook. Soms starten wij als Profafdeling als eerste en soms is het aan de Consumerafdeling. Dat is het mooie van één organisatie met sterke A-merken in verschillende markten."

Category management

Griffon is sterk in het vermarkten van haar producten. "De grootste stap die de professionele groothandel moet zetten is die van category management en daarnaast die van een juiste presentatie en navigatie van het schap", volgens Willemsen. Inmiddels heeft Griffon samen met diverse professionele groothandels succesvolle category projecten afgerond. "Daar liggen nog volop kansen. Door vooral te kijken wat de echte toegevoegde waarde is van Griffon als sterk professioneel A-merk en wat het doet om het maximale rendement uit een totale category te halen. De basis van samenwerking start door informatie met elkaar te delen, waarbij de innovaties en 'hero' producten niet mogen ontbreken. Daarnaast houden we ook rekening met bijvoorbeeld een private label van de klant."

Ondersteunen en ludiek zijn

Ook aan de groothandelszijde ziet Willemsen de kracht van samenwerken, waarbij Griffon groothandels ondersteunt. Willemsen: "Er is nog veel mogelijk met verlijmen. Daarvoor hebben we ook verschillende displays ontwikkeld om op Point-of-Sale het juiste Griffon product voor de vakman te plaatsen. Met demo's bij de groothandel of direct op de bouwplaats of op beurzen streven we continu de best customer-experience van onze producten na bij de eindgebruiker. Specialisten weten tot in detail wat het beste product is en wij laten in de praktijk zien waarom onze producten van topkwaliteit maar vooral anders zijn." Hij ziet dat succesvolle promoties een grotere rol gaan spelen in de branche, maar wil regelmatig met ludieke dingen komen die sterk zijn in doorverkoop en waar de vakman op zit te wachten, zoals een attractieve koelbox of een krat met Poly Max montagelijmen. "Goede acties doen vanuit een sterk aanwezig standaardassortiment vormt nog altijd de basis. En met een slimme combinatie kan de overtreffende trap voor alle partijen gerealiseerd worden."

Het logo van Griffon

Het logo van Griffon is gebaseerd op een griffioen, een fabeldier bestaande uit een adelaar en een leeuw. Van Itegem: "Het heeft de kracht van een leeuw en de klauwen van een adelaar, symbolisch greep het zich daarmee vast in pvc-buizen."