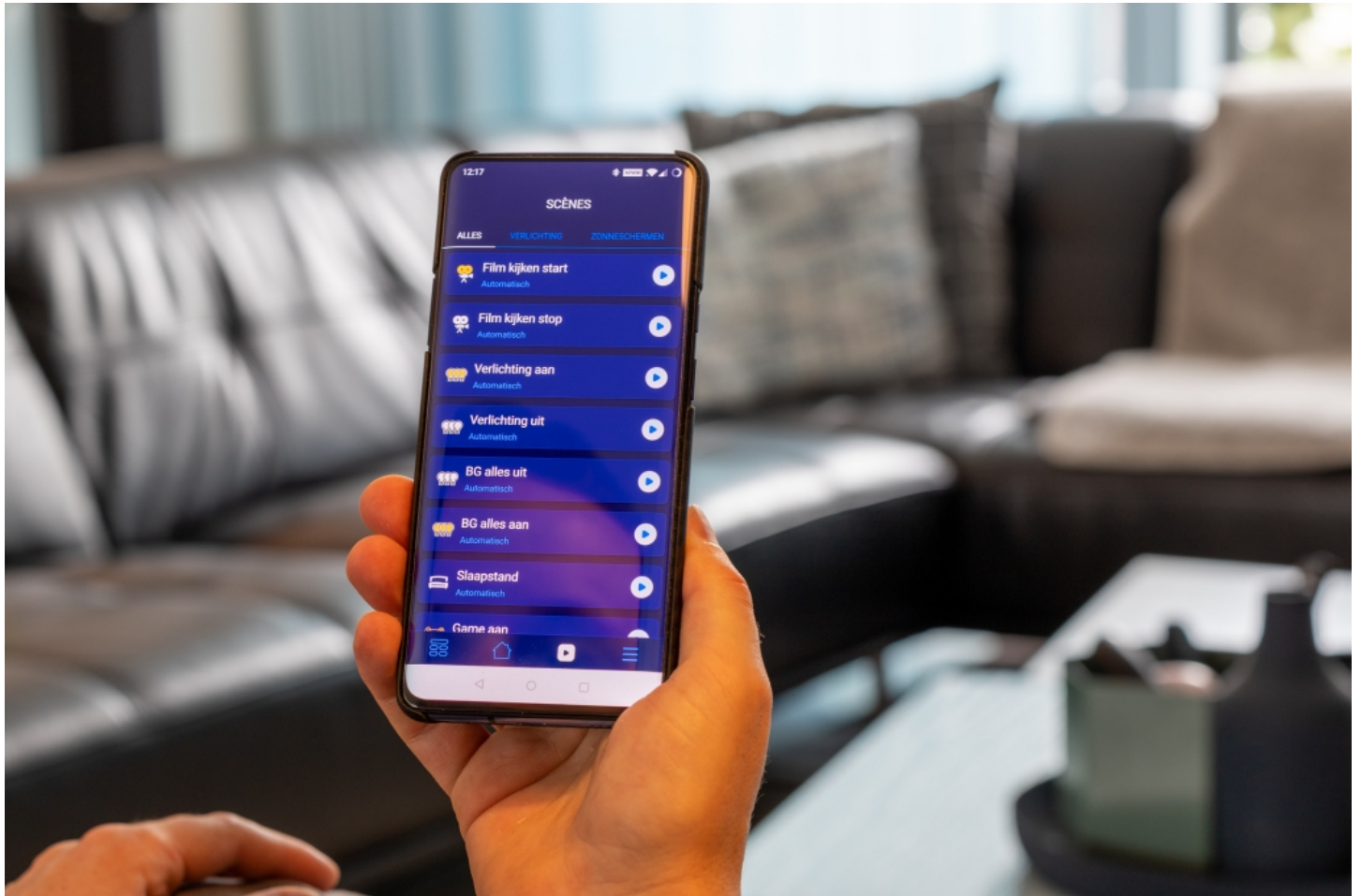


Installatie bepaalt comfort in huis

16-10-2020 08:00



“Onze winkels zijn speciaalzaken. Een speciaalzaak onderscheidt zich met kennis en kwaliteit. Wij vinden dat wij altijd voorop moeten lopen in ontwikkelingen en trends. De laatste jaren zien wij een toename in de verkoop van elektrische raamdecoratie. Hierop willen wij met onze formules verder inspelen, vooral ook omdat uit onderzoek blijkt dat de komende jaren de vraag naar deze producten door de consument uit onze doelgroep blijft stijgen”, zegt Eijkelkamp.

Domme apparaten

De opkomst van slimme producten in Nederlandse huishoudens lijkt anno 2020 niet te stoppen. Van slimme verlichting tot de videodeurbel en geautomatiseerde raambekleding en zonwering; de bediening van steeds meer producten is te programmeren of vanuit een app of via stemcommando te regelen. “Toch blijven het op zich vrij domme producten omdat alleen de wijze van bedienen slimmer is gemaakt. Probleem is dat je voor de bediening nog steeds verschillende apps of commando’s nodig hebt. Dat is het grote verschil met de pakketten die Slimmer Wonen biedt”, zegt Sean Schuurman van Rouwendal, mede-eigenaar van smart home adviesbureau ElectroStyling.

Zelf bedenken

“De raamdecoratie en gordijnrails die wij verkopen kun je bedienen met een afstandsbediening, smartphone of

in bepaalde tijdscènes, echter vinden wij dat producten pas echt slim worden als ze zelf bedenken dat ze moeten sluiten.” Eijkelkamp geeft een voorbeeld: “Indien er niemand thuis is, de zon gaat schijnen en de temperatuur in de kamer oploopt, moet de raamdecoratie zelfstandig sluiten. Dan kun je pas spreken over een slim product. De gemiddelde consument heeft al meer dan vijf apparaten in zijn huishouding die slim zijn, de kunst is om ze met elkaar te laten communiceren. Dat is wat we met Slimmer Wonen realiseren. We vergroten het leefgemak van de consument.”

Interactie

Door samen met Comafin een platform te ontwikkelen waarop die losse slimme elementen bij elkaar gebracht worden, lijken de twee het ei van Columbus voor smart home in handen te hebben. “De naadloze combinatie van slimme elementen, maakt dat je smart home echt vorm kunt geven in huis. Dankzij onze pakketten kun je met een druk op de knop of een stemcommando een reeks producten gelijktijdig bedienen. Door bijvoorbeeld ook de verlichting uit te doen in je woonkamer als je ’s avonds het commando geeft om de gordijnen te sluiten”, zegt Schuurman van Rouwendal. Ook Eijkelkamp benadrukt dat de mogelijkheid om alle slimme producten vanuit hetzelfde platform te bedienen en te combineren Slimmer Wonen uniek maakt. “Daarmee hebben wij, maar vooral onze franchisenemers echt een oplossing voor de toekomst in huis.”

Drie grote voordelen

Volgens Eijkelkamp biedt het smart home-concept de franchise-nemers drie grote voordelen. “De eerste is dat we een geweldige oplossing hebben in een snelgroeiende markt waarvoor de belangstelling alleen maar toeneemt. Daarnaast trekken we met Slimmer Wonen een nieuwe doelgroep naar de winkels. Door bovendien extra budget beschikbaar te stellen voor de zoekterm ‘smart home’ kunnen we nog meer traffic naar de winkels genereren.”

Het derde voordeel is dat consumenten dankzij de populariteit van slim wonen steeds eerder naar de winkel komen voor advies.

“Bij een verbouwing of nieuwbouw wordt er vaker al tijdens de planfase over smart home-toepassingen nagedacht. Eenmaal in de winkel kan de franchisenemer profiteren van de aanwezigheid van die slimme toepassingen. Ook kunnen ze het overige assortiment verkopen. De oplossingen van Slimmer Wonen zijn toepasbaar voor nieuwbouw, maar zeker ook voor bestaande woningen.”

Scènes

Schuurman van Rouwendal noemt het programmeren van scènes een van de sterke punten van het concept. “Een scène is een reeks van activiteiten die met één commando in gang gezet kan worden. Zoals bijvoorbeeld een ‘goedemorgen-scène’, waarin de gordijnen, verwarming, zonwering, verlichting en eventueel het koffiezet-apparaat zo zijn geprogrammeerd dat ze zorgen voor het gewenste licht, de juiste temperatuur en de verse koffie voor de bewoner.”

Op basis van de wensen van de klant wordt bepaald welke slimme apparaten en producten toegepast moeten worden. In de winkel, op basis van een plattegrond, of bij de klant thuis aan de keuken-tafel. “Daarna kunnen we een goed plan maken en het huis inrichten zodat de consument optimaal gebruik kan maken van de mogelijkheden.”

Winkelpresentatie

Omdat zien doet geloven, hebben Comafin en ElectroStyling er ook voor gekozen om de presentatie op de winkelvloer van de drie franchiseformules aan te laten sluiten op de ervaring van wonen in een smart home, waarbij alle mogelijkheden in een smart home aan bod komen. Eijkelkamp: "Daar staat een compleet pakket, een slimme presentatie waarin we in de breedte laten zien wat mogelijk is. Het liefst middels een aantal herkenbare scenario's, waarmee de verkoper door middel van een stemcommando kan tonen hoe een smart home werkt."

Ontzorging

Het verkoopprogramma van Slimmer Wonen bestaat uit enkele verkooppakketten waardoor de franchisenemers deze eenvoudig kunnen verkopen. Hierna neemt Slimmer Wonen de order over en zorgt voor de uitvoer en installatie van de verkochte pakketten. Eijkelkamp: "Zodat de ondernemer zich kan richten op zijn zaak en louter profiteert van de populariteit van smart home en natuurlijk omdat hij dan elektrische raamdecoratie en gordijnenrails verkoopt."

Comfort bieden

Smart home is wat Comafin en ElectroStyling betreft een mooie, en misschien zelfs wel logische, toevoeging aan het assortiment van de woningspecialisten. "Consumenten komen in de winkels van onze franchisenemers voor sfeer en beleving en voor een stukje woongenot. Daar hoort comfort zeker ook bij. En de mate van comfort wordt niet bepaald door stenen, maar door het gemak wat een smart home-systeem je biedt. Daarom is Slimmer Wonen voor ons zo belangrijk", besluit Eijkelkamp.

Concept niet verplicht

Hoewel Comafin heilig gelooft in het succes van het smart home-concept, gaat het franchisenemers van Thuisin, Woninginrichting Aanhuis en De Woonspecialist niet verplichten om Slimmer Wonen te voeren. Eijkelkamp: "We vragen wel een volmondig 'ja' van de ondernemer, die bovendien ruimte in zijn winkel moet vrijmaken voor de showroompresentatie en tijd moet investeren in basiskennis over het concept. Maar veel meer hoeft hij ook niet te doen, behalve verkopen of doorverwijzen naar ons. Vanuit de winkel pakken wij het verder namelijk volledig op. Van klantcontact tot service. Het is dus vooral een zorgeloze en mooie kans voor de franchisenemers en wij zijn ervan overtuigd dat zij zich met Slimmer Wonen echt onderscheiden van concurrenten en daardoor ook makkelijker kunnen wegblijven van kortingen en aanbiedingen."

Vooroordeel domotica

Hoewel smart home-oplossingen meer en meer hun weg vinden naar huishoudens, gaat domotica volgens Sean Schuurman van Rouwendal van ElectroStyling nog steeds gebukt onder een groot vooroordeel. "Veel mensen denken dat je al snel € 25.000,- kwijt bent om je complete woning slim te maken. Maar dat beeld klopt echt niet. Als je wilt, heb je het huis van benedenverdieping tot zolder voor minder dan € 5.000,- volledig geautomatiseerd. Met Slimmer Wonen kun je bovendien klein beginnen en steeds nieuwe producten of toepassingen toevoegen. Dus het is ook prijstechnisch een zeer interessant concept."