

“Aansluiten bij wens en behoefte van de markt”

16-10-2020 08:00



Amperse is marketing & new business director bij Nedis. Samen met category manager smart & connected Rob Veenstra schetst hij de snelle groei van [Nedis SmartLife](#), een van de vier werelden waarin de leverancier van consumentenelektronica zijn assortiment heeft verdeeld. “Binnen Nedis is SmartLife verreweg de hardst groeiende groep”, zegt Veenstra, die inmiddels ruim vier jaar bij Nedis werkt. “In het begin beheerde ik smart home naast een andere productgroep, maar sinds we ruim twee jaar geleden zijn begonnen met SmartLife ligt mijn volledige focus op onze slimme producten en is er zelfs nog een extra product manager nodig. Zo hard gaat het.”

Weerstand

Voor Nedis in 2018 met het nieuwe slimme assortiment kwam, had het al ervaring in smart home en tevens goed gekeken naar de markt van slimme consumentenelektronica. “Het aanbod was nog redelijk beperkt. Vaak waren het complexe systemen met een basisstation en een RF-verbinding en boden ze beperkte mogelijkheden. De producten die aangeboden werden, vergden bovendien een behoorlijke investering. Dat zorgde lange tijd voor behoorlijk wat weerstand tegen smart producten”, aldus Veenstra. Nedis besloot het anders aan

te pakken. Amperse: "Voor ons was het belangrijk om aan te sluiten bij de wensen en behoeften van de markt. Dat hield in dat we in ieder geval naar de instapprijs en het gebruiksgemak moesten kijken."

Lage drempel

Een lage drempel om te beginnen met het slimmer maken van je huis. Dat was en is nog steeds de kern van SmartLife. "De consument heeft geen basisstation nodig om zijn huis slim te maken, een lampje uit ons assortiment is al voldoende om te beginnen. Op het moment dat je die lamp in een armatuur draait en je gaat op de bank zitten, heb je met behulp van de app binnen twee minuten een begin gemaakt met je slimme woning", zegt Veenstra.

Om ervoor te zorgen dat SmartLife makkelijk geadopteerd wordt, is ook bewust gekozen voor een Wi-Fi-oplossing. "Ook hiervoor geldt dat Wi-Fi tegenwoordig een standaardvoorziening is in bijna alle woningen en gebouwen. Na water en voedsel lijkt het de derde levensbehoefte geworden. Iedereen kan de producten dus direct thuis installeren via de app en gebruiken." Het platform waarop de app draait is ontwikkeld door Tuya. "Doordat we hier als een van de eersten bij waren hebben we een voorsprong op concurrenten, want het raakt nu meer en meer in opkomst. Het is makkelijk en snel uit te breiden en je kunt het ook in combinatie met voicecontrol zoals Alexa, Google Assistant of Siri gebruiken."

Makkelijk combineren

Bij de start van SmartLife bood Nedis ook een klein en overzichtelijk assortiment. "We begonnen met ongeveer vijftien producten waaronder slimme verlichting en slimme stekkers. Ook dat was een bewuste keuze om de introductie van het concept laagdrempelig te houden", zegt Amperse. Inmiddels bestaat het assortiment uit een kleine tachtig producten. Veenstra: "Zo hebben we binnen Nedis SmartLife ook slimme deurbellen, kachels en rookmelders. Het mooie voor de consument is dat hij deze ook eenvoudig met elkaar kan combineren en kan programmeren. Zo kun je bijvoorbeeld automatiseren dat op het moment dat de rookmelder op de gang op de bovenverdieping afgaat, direct de lampen boven aan gaan zodat de bewoners veilig naar beneden kunnen."

Verschil met traditionele systemen

Volgens Amperse en Veenstra verschilt Nedis SmartLife daarmee van de traditionelere smart home-oplossingen. "Vaak zijn die systemen vrij beperkt, vooral als het gaat om de mogelijkheden om uit te breiden. Zeker in combinatie met onze slimme stekkers is een woning met Smart Life op veel vlakken smart te maken. Van verlichting en beveiliging tot zelfs verwarmen en koelen. Dat aanbod zal de komende jaren alleen maar groter worden."

Daarbij profiteert Nedis van de bijna veertig jaar ervaring in consumentenelektronica. Amperse: "Die brede kennis vormt een mooie basis in de verdere ontwikkeling van SmartLife. We zitten wat dat betreft aan de bron en kunnen van daaruit kijken hoe we ons assortiment verder kunnen uitbreiden."

"Ook tailor made winkelpresentaties en private label behoren tot de mogelijkheden, dus we kunnen de samenwerking echt op maat vormgeven."

Smart tuin

Een toevoeging aan het assortiment die Veenstra en Amperse al kunnen melden voor 2021 betreft de tuin. Veenstra: "We komen volgend jaar met speciale slimme tuinverlichting en nieuwe buitenstekkers, zodat de

consument ook buiten kan genieten van het gemak van het concept.”

Een tweede introductie die op de planning staat is een slimme waterkoker. “Ook een product dat in onze ogen uitermate geschikt is om slim te bedienen. Niet alleen om aan of uit te zetten, maar ook om een bepaalde temperatuur in te stellen of bijvoorbeeld een melding te krijgen op het moment dat het water kookt. Ook dat is een belangrijk pluspunt van SmartLife, de communicatie tussen gebruiker en slim product.”

Energie

Dat is ook een belangrijke meerwaarde van de slimme stekkers van Nedis. “Via deze slimme stekkers kun je meerdere apparaten en producten met elkaar laten communiceren, maar ze geven ook waardevolle informatie aan de gebruiker, bijvoorbeeld op het gebied van energieverbruik”, zegt Veenstra. Als voorbeeld noemt hij een wasdroger die is aangesloten op zo’n slimme stekker. “Je kunt de stekker zo programmeren dat deze een melding geeft als de droger meer gebruikt dan normaal. Dat kan namelijk wijzen op slijtage van de droger of behoefte aan onderhoud.”

Begin van de groei

Nedis ziet de omzet van SmartLife dit jaar ‘ruim verdubbelen’ ten opzichte van 2019. Amperse: “Als we doorgaan zoals nu dan zullen we de 2020-omzet in 2022 wederom verdubbelen. We zitten dus echt nog aan het begin van de groei, die we samen met onze partners gaan doormaken.” Het doe-het-zelfkanaal is naast etail en mass-merchandise een van die partners. “We doen al geruime tijd zaken met Bauhaus en we zijn inmiddels ook in gesprek met andere ketens. Een kansrijk kanaal voor onze producten.”

Aanvulling

Voor rond de tien euro kun je een begin maken aan een slim huis, zegt Veenstra. “Met onze slimme verlichting, stekkers en rook- melders vullen we de assortimenten van de bouwmarkten goed aan. De ondernemer kan met onze producten zijn klanten een mooi pakket slimme producten bieden en profiteren van de groei- ende populariteit van deze productgroep.” Nedis biedt de retailers daarbij volop ondersteuning. Amperse: “Van POS-materiaal tot training van de verkoopmedewerkers, wij zetten onze ervaring en kennis in om het onze partners zo makkelijk mogelijk te maken. Ook tailormade winkelpresentaties en private label behoren tot de mogelijkheden, dus we kunnen de samenwerking echt op maat vormgeven.”

[Check https://nedis.nl/nl-nl/smartlife](https://nedis.nl/nl-nl/smartlife)

Nedis

Vanuit het hoofdkantoor in Den Bosch opereert Nedis, specialist in consumentenelektronica, in 22 Europese landen. Van de 170 medewerkers werken er 120 op het hoofdkantoor en in het centrale magazijn van ruim 22.000m². De overige 50 (sales) medewerkers werken verspreid over de landen waarin Nedis actief is. Het bedrijf ontleent zijn naam aan de landen van herkomst van de twee oprichters, Nederland en Israe l.