KlikAanKlikUit ziet veel potentie bij DHZ-retail

16-10-2020 08:00



Samen met categorymanager SmartHome Rene Panman schetst Kooij de plannen en ambities van het bedrijf. Ambities die er mogen zijn, maar die ook vertrouwen uitstralen. “We willen in de komende vier jaar de omzet verdubbelen. Een vernieuwde strategie, waarin gebruiksgemak en eenvoud centraal staan, gaat ons en onze partners hierbij helpen. We zijn begonnen met forse investeringen in innovatie, maar ook in een nieuwe website en een product keuzehulp. Voor het eerst starten we daarnaast met een landelijke mediacampagne.”

Voor de komende periode staan de introductie van een nieuwe lijn beveiligingscamera’s en slimme stekkers voor binnen en buiten op het programma. “De tuin wordt steeds meer een verlengstuk van de woonkamer en door ook in de tuin de verlichting op afstand bedienbaar te maken, vergroten we het comfort.”

Eenvoudig slim maken

Een belangrijke eigenschap van de slimme oplossingen van KlikAanKlikUit is de eenvoud waarmee de bestaande schakelaars draadloos bedienbaar worden gemaakt, zegt Panman. “Als je de afstandsbediening niet bij de hand hebt, kun je de lamp gewoon met de traditionele schakelaar bedienen. Maar als je wilt, kun je met onze oplossingen de hele infrastructuur in je huis draadloos en slim maken. Zeker met onze app voor de smartphone waarmee je meer dere slimme apparaten kunt bedienen, ook van andere fabrikanten.”

Consument en professional

De slimme draadloze schakelaars en stekkers, waarmee KlikAan KlikUit al zo'n twintig jaar op de markt is, hebben hun weg gevonden naar zowel de consumenten als de professionele installateurs. "We zijn groot geworden in de doehetzelf en hier groeien we nog steeds. Onze producten doen wat ze beloven en bieden kwaliteit waarop de consument en vakman kunnen vertrouwen. Dat geldt voor de schakelaars en stekkers, maar ook voor de slimme oplossingen die we in de afgelopen jaren verder hebben ontwikkeld zoals camera's, rook en COmelders."

Beveiliging

Volgens Kooij zijn die slimme beveiligingsproducten belangrijke pijlers in de groeistrategie. "Het is een productcategorie waarmee we waarde toevoegen aan de veiligheid in huizen. Niet alleen als het gaat om camera's, maar ook de rook en COmelders. Dat zien we ook terug in de groeiende vraag. Naast verlichting is beveiliging de grootste groeier."

De mogelijkheid om de verschillende slimme oplossingen van KlikAanKlikUit te bedienen en koppelen binnen de eigen smart phone app, verklaart volgens Panman die groei.
"Via de app krijgt een consument bijvoorbeeld een melding als de rookmelder afgaat. Als hij dan niet thuis is, kan hij met de camerabeelden snel zien of er rook in de woning of ruimte staat of dat er sprake is van loos alarm."

Acties programmeren

Met de app, die vijf jaar geleden is ontwikkeld, kan de gebruiker ook meerdere apparaten met elkaar verbinden en acties programmeren. "Terug naar het rookalarm: de bewoner kan via de app instellen dat, op het moment dat de rookmelder afgaat, de lampen aan gaan zodat de bewoners veilig naar buiten kunnen en het rolluik omhooggaat zodat het de brandweer niet in de weg zit."

Om het platform zo toegankelijk mogelijk te maken is samen werking gezocht met partners als Coulisse (Motion gordijn motoren), Fireangel (rookmelders), Olisto en Homies.
"Via onze gateway kan je ook producten aansturen van onder andere Philips Hue, Ikea en Somfy (RTS-zonwering). Die samen werking biedt de gelegenheid om het platform voor veel producten toegankelijk te maken." Behalve via de smartphoneapp en afstandsbediening zijn de producten van KlikAanKlikUit ook te bedienen via voiceassistents. "Waarbij we vooral zien dat Google een enorme accelerator is van slimme producten."

Awareness

In Dordrecht merken ze dat de awareness rond slim wonen steeds groter wordt en dat consumenten nieuwsgierig zijn naar de moge lijkheden. "We zitten in de tijd dat we volop door kunnen groeien. De interesse vanuit de markt is er en wij kunnen aan die vraag voldoen. Maar daarbij hebben we wel onze retailpartners nodig, in hun winkels moet de verkoop plaatsvinden", zegt Panman.

Net als Kooij merkt hij dat het doehetzelfkanaal smart home niet optimaal omarmt en kansen laat liggen. "Je ziet vaak dat er in een bouwmarkt weinig beleving is op de plekken waar smart home wordt aangeboden. Ook laten ze kansen liggen door outof stocks en gebrek aan snelheid van opname van actuele assortimenten."

Advies

KlikAanKlikUit helpt retailpartners daarom niet alleen met lande lijke en online campagnes, maar laat die ook terugkomen op de winkelvloer. “Gecombineerd met goed advies kunnen we zo gezamenlijk zorgen voor verdere groei. Een enthousiaste verkoopmede werker kan een gei nteresseerde consument eenvoudig vier slimme producten verkopen, maar dan moet dat advies wel gegeven worden.” Het betekent dat de retailer aandacht moet hebben voor presentatie en beleving in de winkel en training van het personeel. “Voor beide onderdelen geldt dat wij onze partners daarbij graag ondersteunen en helpen. Met duidelijke winkelpresentaties, POSmateriaal waarmee we de juiste boodschap communiceren en extra ondersteuning.”

Keuzehulp

Die extra ondersteuning bestaat uit de keuzehulp. “Een online tool waarmee we de consument in vier stappen naar de juiste oplossing voor zijn vraag helpen. Die tool willen we ook in het schap laten terugkomen en – in combinatie met de juiste productbeschikbaar heid – voor een optimale consumentervaring zorgen. Daarvan profiteren de retailer, de consument en wij uiteindelijk ook.”

“Naast verlichting is beveiliging de grootste groeier.”

Duurzaam

De blik van KlikAanKlikUit is vol op de toekomst is gericht. Kooij: “Wij kijken verder dan omzet en assortimentsgroei, we willen ook duurzame stappen zetten. Kijk naar energiebesparing met onze slimme stekkers. Veel apparaten kennen sluipgebruik en door deze tussen 23.00 uur en 7.00 uur automatisch helemaal uit te zetten, kun je veel besparen. Daarvan gaan we consumenten in onze uitingen bewuster maken.” Een andere duurzame investering betreft verpakkingsmaterialen. “We vervangen alle plastic blisterverpakkingen door karton. Ook voor alle opvulproducten zijn we gestopt met het gebruik van plastic. Daarmee dragen we bij aan een verantwoorde toekomst.”

Seizoensthema’s

“Naast de heldere schappenplannen en duidelijke POS materialen, laten we de consumenten door middel van pakkende seizoensthema’s kennismaken met onze slimme producten. Voorbeelden zijn themadisplays rond brandpreventie en de start van het tuinseizoen. Maar ook nu: de kerstpresentaties worden weer ingericht en de KlikAanKlikUit startset mag daar niet in ontbreken”, zegt Kooij.
“Een terugkerend en herkenbaar punt van ergernis, is het moment dat je op je kniee n onder de kerstboom het verlengsnoer van de verlichting in het stopcontact moet steken omdat de boom daar altijd voor staat. Voor een bescheiden investering kan de bewoner met een afstandsbediening vanuit zijn luie stoel de verlichting aan en uitschakelen.”

Trust smart home

Als ‘smarthomedochter’ van elektronicagigant Trust profiteert KlikAanKlikUit volgens RobertJan Kooij van de slagkracht van die organisatie. “Alle Research&Development doen we met onze eigen mensen in Dordrecht; onze eigen apps en servers. Daarnaast werken we nauw samen met enkele fabrieken in Azie . Dankzij de eigen kantoren en mensen van Trust in Azie , zitten we dichtbij de bron. Dat zorgt ervoor dat we de kwaliteit voor, tijdens en na de productie kunnen waarborgen.”

Redactie