

BisonTour gaat weer op pad

22-05-2021 12:24



Want of het nu gaat om klussen, knutselen of repareren: Bison wil dat iedereen beleeft en ervaart hoe makkelijk, leuk en inspirerend dit kan zijn. En of een consument handig of minder handig is, dat maakt daarbij niet uit. Bison staat naast de klusser en knutselaar om te adviseren en te inspireren. “Om consumenten te overtuigen is contact met ze hebben noodzakelijk”, zegt Marketing Manager BeNeLux Steven Fitsch. “En om onze producten ‘te beleven’, moet je consumenten naar je toe halen of gaan wij naar hen toe. Het is precies die reden dat we de BisonTour hebben opgezet. Het draait om zien, doen en geïnspireerd raken.” Hij geeft het voorbeeld van een kitrand zetten: “Als ik aan jou laat zien hoe een kitpistool werkt en hoe je de kit rand afstrijkt en daarna geef ik het kitpistool aan jou, dan is de kans groter dat je het thuis zelf ook gaat doen.”

Leuke en 'fun' manier

“Bij de BisonTour komt een consument op een leuke en ‘fun’ manier in contact met klus- en reparatieoplossingen”, legt hij het concept uit. “Daarbij hebben we vier productcategorieën: doe-het-zelf, reparatie, knutselen en schoon & gezond. En hoewel we werken met aparte teams, is de doelstelling dezelfde: we laten consumenten op een ongedwongen manier kennis maken met onze producten en zorgen voor traffic in en rond de winkels, dat is de opzet van de BisonTour.”

Rol van vraagbaak in winkels en repair shop

De BisonTour in de winkels gaat dit jaar wel iets veranderen. Bison gaat daar meer hun merk uitdragen en voegt daar een inhoudelijke boodschap aan toe. Fitsch verduidelijkt: “We gaan de kwaliteit veranderen en daarvoor hebben we onder andere de setting aangepast en de invulling verbeterd. We laten bijvoorbeeld niet alleen zien hoe je iets moet monteren of afdichten, maar we zijn nu veel meer ook een vraagbak. Die vragen kunnen klanten stellen terwijl we in de winkel met leuke klussen bezig zijn. Zo pakken we ieder weekend een nieuwe klus op en laten we zien hoe je deze het best kunt aanpakken.”

Mooi vormgegeven 'winkel'

Repareren is in veel opzichten beter dan weggooien en nieuwe kopen. Vanuit die duurzaamheidsgedachte is een pop-up repair shop een vast onderdeel van de BisonTour. Fitsch legt het concept uit: “Dit is een mooi vormgegeven ‘winkel’ met een balie waar we laten zien hoe makkelijk je producten zelf kunt repareren. Dus: niet weggooien, maar repareren. Daarmee kunnen we iedereen helpen, zodat ze het de volgende keer zelf thuis kunnen. Daarbij verwijzen we naar een product in de winkel. Eerst zie je de twijfel of ze het wel kunnen, daarna zie je de bevestiging dat ze zelf kunnen repareren. Dat is altijd leuk om te zien.”

Events

Naast de activiteiten in en rond een dhz-winkel zoekt Bison ook consumenten op. Bijvoorbeeld tijdens de Zwarte Cross, die dit jaar naar september is verschoven. Dat doen ze met het ‘Festival Reparatie Team’. “Op de festival camping rijden we het hele weekend rond in ons festival busje, om de eerste reparatie hulp bij ongelukken te verlenen aan de festivalbezoekers. Daar laten we zien dat er veel producten in het dagelijkse leven zijn die gerepareerd kunnen worden. Denk bijvoorbeeld aan het plakken van een kapot luchtbed, een tentdoek of zelfs hoe je een noodharing maakt van tape.”

Mud Masters, prime-time TV-exposure

De serie Mud Masters Obstacle Run stond dit jaar weer op de planning bij de BisonTour en beorgde Bison en de Bison-producten heel veel media-exposure, tot aan priem-time TV aan toe. “We zien dat het werkt, dus dat blijven we versterken. We zetten in op herhaling en houden de boodschap zo eenvoudig mogelijk. Daarbij laten we oplossingen voor de klus zien aan een flinke groep consumenten.” Een tweede voordeel van de BisonTour is de creatie van content. Zo biedt het merk al een online knutselplatform aan voor kinderen en is er een online dhz-platform met handige how-to-video’s. Daar delen we kennis en bieden we inspiratie. De content die we maken tijdens de events kunnen we hier goed bij gebruiken.”

Voldoende andere plannen

Naast de vertrouwde opzet in en rond de winkels en de evenementen hebben ze bij Bison nog voldoende plannen. “Zo hebben we BisonTour uitgebreid naar België, waar we de bewezen elementen gebruiken. We willen altijd meer gaan doen - en wat we doen willen we perfectioneren.” Bij Bison is een nieuw team van demonstratiespecialisten samengesteld, ieder met hun eigen specialisme. “Ook de demonstraties willen we weer een stap hoger brengen, iedere keer weer een stapje beter. Naast verbeteringen staat ook een nieuwe samenwerking op de planning. We hebben plannen voor een samenwerking met een retailer voor een tv-programma. Maar daar kan ik nog niets concreets over zeggen.” Inmiddels hebben de eerste retailers zich al voor de BisonTour ingeschreven. Fitsch: “Zij zeggen: Zodra we open mogen, dan komen jullie. Bison zorgt voor online, lokale campagnes vooraf zodat de winkel veel traffic krijgt. In de winkel maken we er iets leuks van,

met de opvallende Bison-auto's voor deur. Het moet een feest zijn met mensen die zien, doen en geïnspireerd worden."

"Door te praten met een consument krijgen we nog meer inzicht hoe een customer journey werkt. Vaak komen daar heel praktische oplossingen uit voort."

Bison, Rotterdam, +31 (0)88 3 235 700, www.bison.nl, info@bison.nl

Redactie