

Bison Informatie Centrum: Van advies tot productontwikkeling en trainingen

07-09-2021 10:08



“Bij het Bison Informatie Centrum (BIC) in Goes geven we advies wat de beste lijm is voor welke klus en hoe je

een product correct toepast. Ook vertellen we waar klussers op moeten letten wanneer ze twijfelen. Hiervoor hebben we direct contact met consumenten en daarmee zijn we voor de Benelux het eerstelijns informatiepunt”, zegt Mariska Grob enthousiast. “Maar we doen veel meer dan dat. Zo trainen we collega’s, geven we tweedelijns advies aan Bolton Consumer Benelux en onze kantoren in andere landen, verzorgen we opleidingen voor nieuw personeel in bouwmarkten, trainen we de mensen van onze Bison Tour en helpen we met informatie bij beurzen en evenementen zoals de Women’s Night bij Bauhaus en partner events bij ons Bison partnerprogramma. Ook denken we mee over de teksten van een gebruiksaanwijzing. Ons werk is enorm afwisselend en soms ook wel eens complex. Iedere situatie is namelijk weer anders.”

“We hebben bijna allemaal vroeger zelf in ons laboratorium gewerkt”, zegt John van Duivendijk. “We gebruiken deze kennis tijdens ons contact met de eindgebruiker. Daarbij stellen we veel vragen, vaak over de toepassing en het materiaal en de omstandigheden. Dat geldt overigens niet alleen voor consumenten, maar ook voor onze accountmanagers. Die bellen ons samen met de bouwmarktmedewerker voor advies. Ook weten servicedesks van retailers ons te vinden. Met ons advies leveren we een belangrijke bijdrage om op de winkelvloer het beste product te selecteren.”

Deskundig en verantwoord, niet commercieel

“Mensen die ons bellen zijn vaak blij dat ze echte mensen te spreken krijgen. Dat vinden ze waardevol, merken we”, zegt Charlotte Janse. “Zij bellen voor het beste advies, waarbij ze een verantwoord advies verwachten, geen commercieel praatje. Dat geldt overigens ook andersom: wij zijn trots op onze producten, daar moeten we achter kunnen staan.” Wiebe Van Der Kerk vult aan: “Je kunt meerdere oplossingen hebben voor een vraag. Wij denken mee over oplossingen, door ervoor te zorgen dat we de behoefte van iemand die mailt of belt te begrijpen. Heel soms adviseren we een product van een concurrent, als we deze zelf niet in ons assortiment hebben. Dat wordt gewaardeerd.”

Zowel extern als intern advies

Het BIC bestaat sinds het jaar 2000, toen steeds meer vragen binnenkwamen op het kwaliteits- en toepassingslaboratorium, waar Van Duivendijk en Janse toen al werkzaam waren. Vragenstellers werden toen doorverbonden met het lab, waar deze vragen naast het werk werden beantwoord. Van Duivendijk: “We hebben het eerst geprobeerd met een callcenter, maar dat werkte niet.”

Bij het BIC heeft iedereen een eigen specialisme, daardoor zijn de medewerkers complementair. Van die kennis wordt dan ook breed gebruik gemaakt, zowel bij Bison zelf als bij externe opdrachtgevers. Zo leverde John van Duivendijk inhoudelijke bijdragen aan tv-programma’s zoals Klokhuis, Hoe?Zo! en de beste klusser van Nederland. Voor het programma Eigen Huis & Tuin beoordeelde het BIC vooraf de scripts en bij de Bison Stay at Home instructievideo’s werd dankbaar gebruik gemaakt van hun kennis. “Een programma of een video moet natuurlijk gewoon kloppen, zegt hij. “Wat wij leren van eindgebruikers nemen we daarin mee.” Wiebe van der Kerk: “De kennis van producttoepassingen zit vooral bij ons. Wij zijn de spin in het web, omdat we weten naar wie wij intern kunnen doorverwijzen. Daarbij werken we intensief samen met productmanagers en met de afdelingen R&D en QA. Voor hun testen we producten en toepassingen: aan ons wordt gevraagd hoe een product bijvoorbeeld smeert, druppelt of hecht.”

Gemiddeld krijgt de afdeling tientallen vragen per dag. Deze komen via verschillende kanalen binnen: telefonisch, via de e-mail of social media. Grob: “Daar zitten soms ook klachten bij, die rapporteren we. Dat is heldere input voor een productmanager, die kan daar eventueel mee aan de slag. Klachten zijn heel waardevolle informatie.” De inhoud van de vragen is in de laatste jaren hetzelfde gebleven, waarbij veel vragen wel gerelateerd zijn aan het seizoen. Van Duivendijk geeft een vochtvretter als voorbeeld. “Dan horen we dat

deze niets doet en een harde klomp vormt. Maar als we doorvragen dan blijkt deze in een schuurtje bij 0 graden te staan. Hierdoor werkt de vochtvreter heel traag. Wanneer deze vervolgens in de badkamer wordt geplaatst, dan zal de consument deze bijna direct zien druppelen. Of neem siliconenkit, die moet drogen met hulp van vocht. In Nederland hebben we vrijwel altijd een vochtige zuidwestenwind, maar soms komt de wind uit het oosten. En die is veel droger. Een siliconenkit droogt dan een stuk trager.”

Soms krijgen ze een korte vraag, waar direct antwoord op verwacht wordt. Janse: “Een antwoord is niet altijd direct te geven, soms is er meer informatie nodig over de toepassing, omstandigheden en materialen die gebruikt worden. Doorvragen leidt dan aanvankelijk wel eens tot onbegrip. Maar als we dingen toelichten, dan begrijpen ze dat beter. Zeker als we daarbij nog extra tips geven of een sample naar de klant opsturen. Soms voel je je ook een halve psycholoog”, zegt ze lachend. “Vaak vragen we om tekeningen, plattegronden, foto’s of een video”, vult Van der Kerk aan. “Dat geeft veel meer duidelijkheid dan een omschrijving.”

Geen vraag is hetzelfde

Het BIC helpt verschillende groepen met hun adviezen. Daarbij is de merknaam Bison vaak leidend bij vragen, in Goes merken ze dat de merkvoorkeur hoog is. Soms worden ze namelijk ook gebeld met vragen over concurrerende merken. “Maar de meeste vragen die bij ons binnenkomen zijn van bouwmarktmedewerkers”, zegt Janse. “Daar is het verloop van personeel groot, voor corona gaven we dan ook vaak ’s avonds trainingen. Vooral jongeren kijken online naar onze how-to-video’s en we geven ook steeds meer advies aan klussende dames.” Van Der Kerk vertelt dat professionals regelmatig bellen met vragen vanuit wet- en regelgeving. “Of wanneer ze ander materiaal willen gaan gebruiken dan ze gewend zijn. Vanuit recycling ontstaan nieuwe materialen, die kun je niet altijd verlijmen. Houtcomposiet bijvoorbeeld. We vragen dan monstermateriaal op, testen het op verlijmbaarheid en geven daarna advies.”

Tot slot, krijgen ze bij het BIC wel eens bijzondere vragen binnen? Grob: “Jazeker! Zo kregen we een vraag van een dierenarts die het schild van een schildpad wilde verlijmen met twee componentenlijm. Daarbij wilde hij geen warmte bij het uitharden, omdat een schildpad daar niet tegen kan. Ook krijgen we soms de vraag hoe je kapotte nagels of een kunstgebit met behulp van secundelijm kan repareren, terwijl het daar niet voor bedoeld is.” Van Duivendijk: “Vaak willen kunstenaars en creatieve mensen het onmogelijke. Dat is voor ons heel waardevol, omdat zij met andere materialen en toepassingen werken bij nieuwe projecten. Geen vraag is hetzelfde, dat maakt het werk zo leuk!”

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

Redactie