

Decor Son ontwikkelt verder in 'jaar van uitersten'

08-09-2021 08:35



Samen met salesmanager Nick Burgers blikt Van Kaathoven terug op het eerste operationele jaar na de herpositionering van de organisatie. "Vanuit de drie business units Home Improvement, Garden Elements en Wall Design hebben we een jaar geleden onze visie van Decor Son gedeeld met bestaande en nieuwe klanten. Daarna zijn we voortvarend aan de slag gegaan en hebben we steeds nauwgezet de vinger aan de pols gehouden. Zijn we op de goede weg en waar hebben onze klanten hulp en ondersteuning nodig?" Die proactieve houding is door klanten opgemerkt en wordt gewaardeerd, zo merken ze bij Decor Son. Datzelfde geldt voor de visie 'Inspireer mensen om zelfstandig hun leefomgeving te verbeteren'.

Bevestiging van juiste keuzes

De positieve reacties uit de markt vormen volgens Burgers de bevestiging dat Decor Son de juiste keuzes heeft gemaakt bij de herpositionering van de verschillende assortimenten. "De reacties vanuit de markt zijn positief en worden zowel vanuit retailers als leveranciers bevestigd. Als je in de 'wandelingen' hoort dat men positief is over de veranderingen binnen Decor, maakt het ons trots onderdeel te zijn van dit mooie bedrijf. Met onze betrouwbaarheid en slagkracht hebben we het afgelopen jaar laten zien dat wij in staat zijn geweest mee te bewegen met de veranderende markt en onze afspraken na te blijven komen. Dat laatste is voor ons enorm van belang, doen wat je belooft."

Judith van Kaathoven: "We Deliver doen we bij Decor Son allemaal samen."

Volgens Van Kaathoven speelt de overall belofte van Decor Son 'we deliver' een belangrijke rol in die waardering van de klant. "Door die belofte daadwerkelijk waar te maken en inhoud te geven, tonen we ons een echte partner. Van het leveren van artikelen tot het bieden van uitgebreide service en support."

Productielocaties

Bij de levering van een groot deel van de assortimenten profiteert Decor Son van de eigen productiefaciliteiten. "Als onderdeel van Morssinkhof Groep zitten we dicht bij de bron. De groep heeft de beschikking over acht

gespecialiseerde productielocaties in Nederland. Die in Son en 's-Hertogenbosch hangen onder de paraplu van Decor Son. Daarmee kunnen we een belangrijk onderdeel binnen 'we deliver' optimaal waarmaken", zegt Van Kaathoven.

Maar 'we deliver' gaat volgens Burgers verder dan slimme logistiek alleen. "We leveren onze klanten verbeterde en inspirerende productpresentaties, heldere concepten, onderscheidende assortimenten en complete leveringen vanuit één warehouse in Son. Daarbij kan die klant erop vertrouwen dat we kwalitatief goede producten bieden voor een eerlijke prijs. Met goede marges voor de retailer."

Inspiratie stap verder brengen

Binnen de drie verschillende divisies speelt inspiratie een belangrijke rol. Daarom heeft Decor Son het afgelopen jaar ook veel werk gemaakt van inspirerende content die uitnodigt om in en rond het huis en tuin aan de slag te gaan. "Inspireren doe je niet met alleen een afbeelding van een product of concept, je moet er een verhaal bij vertellen. Daarom hebben we veel content geproduceerd waarmee consumenten kunnen zien wat ze met onze collecties en assortimenten kunnen maken."

Inspiratietuinen

Misschien wel een van de belangrijkste plekken om consumenten te inspireren is de bouwmarkt. Van Kaathoven: "Om ons complete tuinassortiment van Garden Elements voor 2022 optimaal te presenteren, gaan we samen met een aantal partners inspiratietuinen inrichten. Dat assortiment is enorm uitgebreid en bevat enkele noviteiten die we graag tonen in verschillende opstellingen, om zo mensen te inspireren en te laten zien wat er allemaal mogelijk is." Behalve met de partners binnen het DIY-kanaal wil Decor Son ook samenwerken met tuincentra om zo verspreid over het land meerdere inspiratietuinen in te richten. "Daarmee brengen we inspiratie naar een hoger niveau."

Duurzame producten

Duurzaamheid is het uitgangspunt bij productontwikkeling.. Volgens Van Kaathoven is dat goed te zien bij de noviteiten die binnen Garden Elements gepresenteerd worden. "Zoals onze Bio Bound straatstenen die niet van echt beton te onderscheiden zijn, maar voornamelijk gemaakt worden van olifantengras. Maar ook van onze Bunzi waterdoorlatende stenen verwachten we veel. Dankzij de open structuur van de stenen wordt regenwater snel doorgegeven aan de bodem. Zo wordt wateroverlast in de tuin verder teruggedrongen."

Tuintrends

Naast materialen en watermanagement bepalen vooral kleuren en vormen de algehele tuintrends voor 2022. "Van rond tot recht en hoekig, je maakt eenvoudig je eigen patronen. Met onze blocks maak je snel en eenvoudig borders of een plekje om te zitten. Nieuw in ons assortiment zijn de staptegels, verkrijgbaar in drie maten en grijstinten. Momenteel erg populair dus ook een mooie omzetmaker."

Totaalleverancier

Bij de business unit Home Improvement ziet Burgers een groeiende behoefte ontstaan aan totaalleveranciers op het gebied van bouwmaterialen. "Het liefst willen die klanten zoveel mogelijk van een leverancier betrekken. Daardoor zie je nieuwe samenwerkingen en partnerships ontstaan, ook daar waar je deze niet direct zou verwachten, bijvoorbeeld met concullega's. Wij zijn inmiddels met diverse partijen in gesprek om te kijken hoe

we samen aan die behoefte van de retailers invulling kunnen geven.”

Leer en hout

Aan het assortiment van de divisie Wall Design worden eveneens tal van producten toegevoegd. “Onder meer binnen onze outdoor-collecties. Als we kijken naar de materialen gaat leer een belangrijke rol spelen. Trendy materialen die volop mogelijkheden bieden om zelf de eigen leefomgeving te verfraaien”, zegt Burgers. Van Kaathoven vult aan: “Die uitbreiding van onze assortimenten is een doorlopend proces waar onze eigen trendwatchers continu aan werken. Zij vertalen de vraag van morgen naar kansen voor vandaag.”

Stagelopen bij klanten

Om nieuwe medewerkers optimaal voor te bereiden op hun werk bij Decor Son moeten zij eerst een periode stagelopen in het bedrijf van een klant. Van Kaathoven: “Ze moeten weten hoe het er bij onze klanten aan toe gaat en wat daar speelt en leeft. Die inzichten zorgen er namelijk voor dat ze daarna beter in staat zijn om klanten te helpen en ook beter kunnen inschatten of een idee wel of niet werkt voor onze klanten. De kennis die zij al bij de start meebrengen is waardevol omdat wij onze service en support daarmee verder kunnen verfijnen.”

Decor Son, Son, 049.948.33.33, info@decor.nl, www.decor.nl

Redactie