

ESS: Aantrekken, verkopen en verbinden

28-10-2021 09:33

1. AANTREKKEN

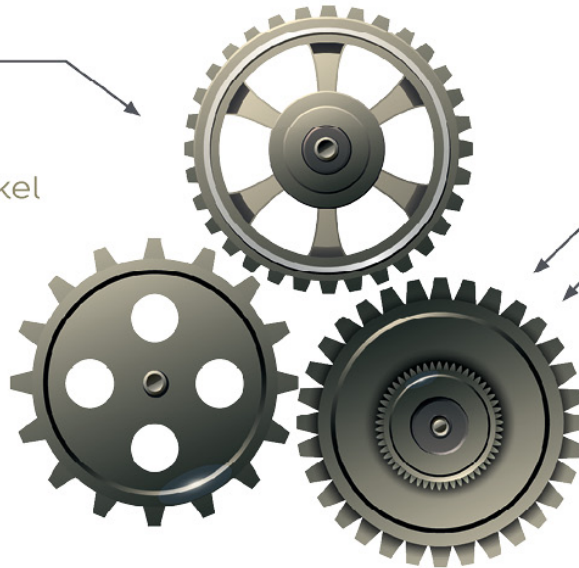
Meer kopende
klanten in jouw winkel

Meer kopende
klanten met een
hoger bonbedrag

2. VERKOPEN

3. BINDEN

Jouw winkel wordt
dé favoriete verfwinkel



“Het afgelopen jaar was natuurlijk een bijzonder jaar door de coronamaatregelen en de overstromingen in Limburg”, zegt Michiel van Haperen, bij AkzoNobel verantwoordelijk voor het VBS-kanaal. “Tijdens de lockdowns wisten consumenten de winkels van de Erkend Sikkens Specialist gelukkig steeds beter te vinden. Daarbij zagen we dat de online oriëntatie nog belangrijker werd. Met ons ESS-programma helpen en stimuleren we vanuit leverancierszijde onze retailers om nog beter zichtbaar te zijn en om actuele kennis te hebben.”

Waardevolle telefonische input

Door de beperkende maatregelen was het afgelopen jaar lastig om retailers te spreken. Toch zocht AkzoNobel voortdurend contact met retailers om te horen hoe het ging, vragen te stellen of ze te wijzen op lopende acties. Channel Manager DIY Annelotte Majers legt uit: “Voor bepaalde zaken wilden we weten waar verbeteringen mogelijk waren en hierbij hebben we de winkels betrokken. We belden daarvoor ook met Sikkens specialisten, waarbij we vragen stelden over verschillende onderwerpen. Het leuke daarvan was dat we soms niet alleen de ondernemers spraken, maar ook de personeelsleden. Met deze waardevolle input hebben we bijvoorbeeld de e-learning verbeterd.”

Uitbreiding online trainingsaanbod

Erkend Sikkens Specialisten kunnen binnen het ESS-programma zelf keuzes maken om hun kennis te vergroten. Een belangrijke en veelgebruikte tool is de online trainingen. Daarmee kunnen ondernemers en medewerkers in hun eigen tempo en omgeving alles leren over verf, de toepassingen ervan en alle aanverwante producten. “Mede dankzij de feedback van ondernemers en personeelsleden hebben we het platform voor e-learning verbeterd en het aanbod uitgebreid”, zegt Van Haperen. “We zagen behoeftes voor meer trainingen op een gevorderd niveau, dus werken we eraan om deze in de toekomst aan te bieden. Ook

hebben we tijdsaanduidingen toegevoegd, de omschrijvingen nog duidelijker gemaakt en recent hebben we twee nieuwe e-learnings toegevoegd aan het programma. We bieden heel verschillende e-learnings: van basiskennis verf tot binnenklussen en van kleuradvies tot de voorbereiding bij schilderwerk.”

Social media activatie

Een andere veelgebruikte dienst is de inzet van social media. Daarbij creëert Sikkens content die wordt gepost op de social media kanalen van de ESS-winkel. Deze posts worden ook betaald onder de aandacht gebracht bij de juiste doelgroep. “Het draait om bekendheid van de winkel. Posts op social media zorgen ervoor dat de retailer top of mind is wanneer een consument verf nodig heeft. Deze dienst verzorgen we al een aantal jaren en daar leren we steeds meer van. We kunnen dit steeds beter en gericht doen. Er is veel behoefte aan; online kan soms lastige materie zijn. Dat geldt zeker voor retailers die een fysieke winkel hebben”, zegt Van Haperen.

**Sikkens NL**
13 augustus · 🌐

Een engeluk zit vandaag in een klein hoekje, gelukkig hebben we daar een oplossing voor...
[#ErkendSikkensSpecialist](#)



SIKKENS NL

Ultiem vlekafstotend, makkelijk reinigbaar
Alpha Rezisto Easy Clean

 Leuk

 Opmerking plaatsen

 Delen

“De activatie via social media wordt steeds belangrijker, zeker in het afgelopen jaar. Wij plaatsen zo’n post heel lokaal, onder de juiste doelgroep. We merken dat ondernemers blij zijn met deze ondersteuning, ze zijn beter zichtbaar en vallen online meer op.” Maijers vult aan: “Online geven we ook ondersteuning bij campagnes die in de winkel gevoerd worden. Het mooie van social media is dat je heel specifiek kunt targetten. Deelnemende retailers ontvangen ieder half jaar een rapportage, met het aantal kliks en vertoningen. Daarmee hebben ze goed inzicht in het effect.”

Nieuw: etalagedisplay

Compleet nieuw voor 2022 is een Sikkens etalagedisplay, die door de Erkend Sikkens Specialist ingezet kan worden bij het decoreren van de etalage. Maijers: “Een etalage moet een mooi visitekaartje zijn. Sommige ondernemers hadden daarvoor al eens een workshop voor decoratie advies gedaan. Wij bieden straks een etalagedisplay aan, waarin we in eerste instantie de populaire Sikkens Rijks Kleuren Collectie terug laten komen.” En is een consument eenmaal de winkel binnen, dan ziet hij of zij waarschijnlijk de Sikkens module staan. Deze krijgt in het nieuwe jaar een update. “Momenteel is deze vrij technisch en informerend, daar gaat meer kleur in terugkomen. Het is vaak lastig voor een consument om te visualiseren, zoals voorbeelden van verf op een deur of een muur. Deze gaat meer inspiratie bieden en ook hier komt het Rijks Kleurenpalet in terug.”



Sikkens NL

15 september om 11:44 · 🌐

...

Ooit gedacht aan kleurvlakken op je muur? Deze zorgen voor een ruimtelijk en speels effect. Gebruik dit bijvoorbeeld om een haard of ander element te laten opvallen. Durf jij het aan? Kom voor meer informatie over hoe je kleurvlakken kunt toepassen langs bij een Erkend Sikkens Specialist bij jou in de buurt!

[#ErkendSikkensSpecialist](#)



👍 Leuk

💬 Opmerking plaatsen ➦ Delen

“Met het ESS-programma willen we meer mensen naar de winkels krijgen en het kennisniveau van het personeel op peil houden”, sluit Van Haperen af. “Dat we retailers helpen wordt onwijs gewaardeerd. Daarbij

zien we dat de behoefte aan ondersteuning bij de 330 Erkend Sikkens Specialisten heel verschillend is. Sommige maken samen met hun accountmanager een plan, anderen brengen we op ideeën. Dat is het mooie van het ESS-programma: dankzij de verschillende modules wordt een retailer altijd voorzien in zijn of haar behoefte.”



ESS-programma in cijfers

- 3.723 online trainingen gevolgd
- 456 deelnemers aan online trainingen
- Ruim 100 winkels posten automatisch op social media
- 2.736 Facebook posts

AkzoNobel, Sassenheim, (071) 711 99 20, www.sikkens-consument.nl

Redactie