

Remmers werkt samen met handel aan zichtbaarheid

27-06-2022 07:00



Behalve de roadshows staat ook de verdere doorontwikkeling van het nieuwe showroomconcept van Remmers op de agenda. “Met daarin eveneens een meer herkenbare rol voor de groothandel. Door in onze schappresentaties ook het beeldmerk van de betreffende groothandel te integreren, versterken we de uitstraling van onze samenwerking. Zeker bij onze fully dedicated partners kunnen we het concept zo verder versterken”, zegt Smits, die benadrukt dat de groothandel hierin leidend is.

Snel de juiste keuze maken

Remmers presenteerde het nieuwe showroomconcept vorig jaar. Om het de professionals zo makkelijk mogelijk te maken om in het schap snel het gewenste product te kunnen vinden, heeft Remmers gekozen voor een duidelijke kleurverdeling per productcategorie. Smits: “Daarbij helpen de verschillende kleuren, maar ook de duidelijke displays die we hebben ontwikkeld, spelen hierin een grote rol. Met die informatie kan snel de juiste keuze gemaakt worden.”

De ervaringen met het nieuwe showroomconcept zijn positief. “Zowel onze groothandels als hun klanten zijn enthousiast over de presentatie. Net als de modulaire opzet van het concept, die goed wordt ontvangen. Wij willen met add-on producten iets toevoegen aan het assortiment van onze klanten. Concepten die onze handelaar nog niet aanbiedt.”

Maatwerk

Het aanpassen van het showroomconcept aan de uitstraling van de groothandel is niet nieuw voor Remmers. Zo is eerder voor een aantal partners zelfs al een maatwerkconcept ontwikkeld. “Deze partners werken met palletstellingen dus wij hebben samen met hen gekeken naar een tailor made presentatie in hun vestigingen. Wij passen ons daarbij aan op wat de klant wil. Dat geldt voor alle klanten. Wij zoeken samen naar de optimale manier om ons concept in de stijl van de klant te presenteren.”

Roadshows

De leverancier weet als geen ander dat de groothandel de plek is waar professionals komen om hun materialen en gereedschappen in te kopen. Smits: “Bovendien kennen onze groothandels hun lokale en regionale markt beter dan wij. Daarom zoeken we ook op andere vlakken meer en meer samenwerking, bijvoorbeeld in de vorm van de roadshows die voor de komende maanden gepland staan.”

Tijdens die roadshows bezoeken medewerkers van Remmers locaties van handelspartners. “Daar worden productdemonstraties gegeven en kunnen klanten van de vestiging terecht voor vragen en advies. Dat geldt natuurlijk ook voor de medewerkers van de betreffende groothandel.” Met die roadshows wil Remmers verschillende productcategorieën een boost geven en zorgen voor meer zichtbaarheid verspreid over het land.

Vlaggenschip

De roadshows en demonstraties op locatie sluiten naadloos aan op de mogelijkheden die het Experience Center van Remmers biedt. “Hier krijgen onze klanten de gelegenheid om met hun klanten samen te komen. Voor de invulling van werkzaamheden binnen een groot project, maar ook voor trainingen en opleidingen of andere gelegenheden. Van specialistische trainingen voor verwerkers tot opleidingen voor verkoopmedewerkers. Wij stellen ons Experience Center daarvoor beschikbaar en daarmee is het niet alleen ons eigen vlaggenschip, maar ook dat van onze klanten.” Die weten het Experience Center inmiddels al goed te vinden, al verwacht Smits dat het gebruik van het paradepaardje van Remmers door klanten de komende jaren flink zal toenemen.

Remmers biedt verwerkers tijdens trainingen en opleidingen de gelegenheid om met eigen materialen de producten te testen. “Ze kunnen bijvoorbeeld met hun eigen spuitpistool en nozzle werken zodat ze ook echt ervaren hoe het is om onze producten te gebruiken. Die kans kan een groothandel ze vaak niet bieden.”

Snelle video's

Om de professionele verwerkers ook op afstand goed te kunnen ondersteunen, heeft Remmers een serie video's laten maken. Smits: “Korte filmpjes die snel inzicht geven in het gebruik van onze producten. Waarvoor is welk product geschikt en hoe moet je het toepassen. Filmpjes die op een mobiele telefoon of display in het schap of op de toonbank snel de voornaamste informatie over onze producten aan de verwerkers geven.”

Opleidingen uitbouwen

In de komende jaren wil Remmers het aanbod aan opleidingen verder uitbreiden. “We merken nu vooral dat er veel behoefte is aan maatwerk. Gerichte producttrainingen. Daarin kunnen we deels voorzien met de video's die we hebben en de verdieping daarop die we online bieden. Maar we kijken zeker naar mogelijkheden om daarin verder te groeien en zowel onze groothandels als de verwerkers van onze producten nog meer ondersteuning te bieden.”

Introductie MBFL 2K

Remmers heeft per 1 april de populaire MB 2K-familie uitgebreid met de MB FL 2K. “Een 3-in-1-oplossing waarmee vooral kleine aannemers en zzp’ers kleine ruimtes kunnen afdichten en afwerken”, zegt Smits.

MB FL 2K kan gebruikt worden als afdichting, tegellijm en voegmortel bij onder andere tegelwerkzaamheden. “In die combinatie schuilt het grote voordeel van het nieuwe product, want de vakman kan hiermee veel sneller werken. En arbeid is vaak toch de grootste kostenpost.”

Wachten op het drogen en uitharden van verschillende lagen hoeft niet langer. Smits: “Na het aanbrengen van de laag MB FL 2K kan direct getegeld worden en kunnen ook de voegen worden aangebracht. Allemaal met hetzelfde product.”

Starterskit

MB FL 2K is verkrijgbaar in een grote verpakking van 20 kg en een kleine van 6,7 kg. “Ook hebben we een complete starterskit met alle gereedschappen en toebehoren die nodig zijn om de MB FL 2K te verwerken. Zoals voegband, mesjes, schuurpapier en pigment. Dat pigment kan gebruikt worden om het in de basis grijskleurige materiaal te kleuren als er een gekleurde voeg gewenst is.”

Samen met de groothandels gaat Remmers de komende maanden tijdens de roadshows extra aandacht vragen voor de producten uit de MB 2K-familie. “Daar geven we de nieuwste aanwinst in het assortiment natuurlijk ook de aandacht die het verdient.”

Remmers B.V., Apeldoorn, +31 (0)55.303.48.00, info@remmersbv.nl, www.remmersbv.nl, www.remmersexperiencecenter.nl

Redactie