



Bison en Sakrete bezochten BouwCenter in Etten-Leur

# Presentatie biedt ruimte voor verbetering

*tekst: Hugo Schrameyer* De merken Bison en Sakrete zijn doorgaans gelukkig met hun winkelvloerpresentatie. Op bezoek bij BouwCenter Nelemans in Etten-Leur tonen de twee fabrikanten zich vooral onder de indruk van deze prachtige vestiging, hoewel er ook wordt gesproken over ruimte voor verbetering.

**B**ouwCenter Nelemans, aan de rand van Etten-Leur, blijkt een begrip in deze contreien. Het gaat om één van de grootste vestigingen onder de vlag van de organisatie. Onno Plochg, marketing manager Benelux voor de professionele tak van Bison, Anton Koelma en Jan Jousma, respectievelijk directeur en product manager bij Sakrete, tonen zich beslist gecharmeerd van deze fraaie locatie. Maar wat hun eigen discipline betreft, bestaan er natuurlijk altijd aspecten die beter kunnen. In veruit de meeste BouwCenter-vestigingen ligt het merk Sakrete in de schappen. Helaas

geldt dat niet voor deze vestiging, hoewel Anton Koelma op uitnodiging van Karwei Management bereid is om zijn visie te geven op de mortelpresentatie bij deze bouwmaterialenhandel. Al lopend langs de pallets zegt hij: "Wat ik vooral opvallend vind, is dat ik cement en beton snel kan traceren, maar dat ik voeg- en stucmortel eigenlijk nergens zie. Het kan zo zijn dat stukadoors in deze omgeving gewend zijn om met halffabrikaten te werken, en dus niet met een kant-en-klare-stucmortel, maar dat lijkt me toch een sterk verhaal. Bovendien: als voeg- en stucmortels wel op voorraad zijn, waarom ligt dat dan niet op de afdeling waar die

producten thuishoren, dus bij cement en beton? Bovendien", vervolgt Koelma, "liggen er in het schap verschillende verpakkingen en merken die elkaar doubleren. Ik kan me voorstellen dat een formule naast een A-merk ook een private label wil brengen, maar van een product als metselcement hoef je heus niet drie merken op voorraad te hebben. Dat is zonde van de ruimte. Een presentatie met veel varianten remt de doorstroming af, hetgeen ook resulteert in vaak halfllege pallets en dus veel 'lucht' in de schappen", aldus Koelma, die er echter ook aan toevoegt dat dit probleem niet specifiek is toe te schrijven aan deze vestiging. Dat de schappen 'vol lucht' zitten, is ook te zien bij andere bouwmaterialenformules en bouwmarkten.

## Schappenplan

Bison International is de grootste speler op de dhz-markt, terwijl de fabrikant met zijn verschillende merken inmiddels ook een stevige grip heeft op de professionele handel. Onno Plochg geeft een toelichting bij zijn

**"Een presentatie met veel varianten remt de doorstroming af"**

schap: "Oorspronkelijk zijn wij begonnen in de professionele sector. We hebben veel ervaring opgedaan aan die kant. We hebben geleerd dat de vakman behoefte heeft aan extra informatie. En dan heb ik het bijvoorbeeld over toelichting omtrent toepassingsgebieden, producteigenschappen of verwerkingseigenschappen. Bison Professional kent dan ook een meer technische uitstraling, terwijl we op deze markt andere producten en andere kwaliteiten voeren die specifiek zijn toegespitst op de vakman. Toch kunnen we ook veel leren van het formuledenken in de dhz-branche.

In termen van schappenplannen of routings bijvoorbeeld kan de bouwmaterialenhandel zich nog bijspijkeren. De shopformules die veel vestigingen hanteren, moet zich meer gaan gedragen als een échte formule. Dan bedoel ik bijvoorbeeld het op ideeën brengen van de klant door productgroepen bij elkaar te clusteren. Je kunt denken aan extra toelichting op het schap zelf door middel van schapkaarten met extra uitleg. Ook is het een suggestie om point of sale-materiaal in te zetten, zoals displays, om klanten extra attent te maken op producten", vindt Plochg, die er aan toevoegt dat de bouwmaterialenhandel eigenlijk te terughoudend reageert om met zulke verkoopmethoden te experimenteren.

## Professional

Koelma daarentegen is niet op voorhand enthousiast over dat voorstel. Dat geldt in ieder geval voor het mortelsegment waarin

Sakrete actief is. "Bij de introductie van een nieuw product kan ik me er wel iets bij voorstellen, maar voor het traditionele aanbod moet je professionals niet te veel lastig vallen met winkelvloerpromotie. Waar ik veel meer heil in zie, is het vereenvoudigen van het assortiment, zoals Bison prachtig heeft gedemonstreerd met zijn Polymax-introductie. Ook die lijn willen wij gaan volgen door het brengen van een drie-in-één- en een vier-in-één-product. Door de producten anders samen te stellen, is daarmee zowel te storten, te metselen, te voegen als te stukadoren. Professionele gebruikers hebben daar sterk behoefte aan, bijvoorbeeld alleen al omdat veel varianten veel ruimte in hun klusbus nodig hebben. Ook voor het verkooppunt is dat een belangrijk voordeel: minder varianten betekent meer ruimte op de schappen", benadrukt Koelma, die aangeeft dat deze producten eind dit jaar toegankelijk worden voor de dhz-sector.

Plochg tot slot wil nog iets zeggen over de benadering van de professionele klant.

"Een zzp'er, aannemer of installateur is niet alleen een professional, hij is als mens ook gevoelig voor extra toelichting. Het is overdreven om te stellen dat die klant niet open staat voor informatie. Bison wil graag laten zien wat we allemaal in huis hebben en waartoe de lijmen en kittens in staat zijn. En ook de professionele gebruiker maakt graag gebruik van die kennis. We willen de klant graag verder helpen om zijn klus zo optimaal mogelijk te realiseren", is de ervaring van de marketing manager.



**Nico Trapman, algemeen directeur Bouwcenter:**

"Reagerend op het verhaal, moet ik in ieder geval constateren dat de heren zich complimente-rend hebben uitgelaten over onze formule. Ook in hun visie bewijzen wij dat we bewust bezig zijn om bouwmaterialenproducten op een moderne manier aan te bieden. En wel op een zodanige wijze dat onze klanten, gemakkelijk hun weg kunnen vinden en gemakkelijk bij de producten kunnen. We zijn nu heel druk bezig om met behulp van moderne retailtechnieken dat proces te optimaliseren, waarbij is te denken aan bijvoorbeeld het opwaarderen van schappenplannen. We hebben meer dan ooit kennis op dat terrein vergaard. In de tekst wordt onder andere gesproken over lucht in de schappen. Juist door het toepassen van nieuwe kennis zullen we die presentaties verder verbeteren."