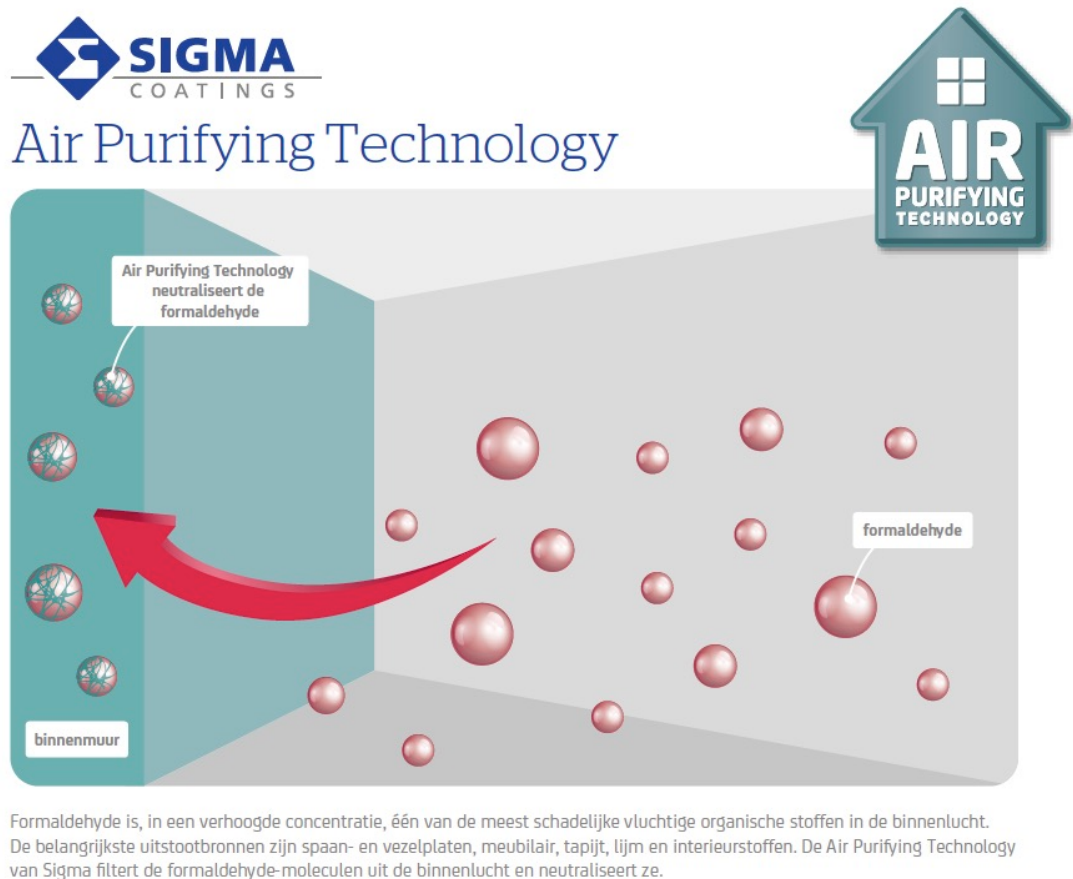


“Sigma zorgt voor groei binnen vbs”

25-09-2017 09:13



Sophie El Boushy, shoppermarketeer vbs binnen PPG, zegt: “Begin 2017 investeerden we extra in lokale naamsbekendheid. Dit deden we met de landelijke campagnes die als doel hadden de vbs-ondernemer zo succesvol mogelijk te maken. De ondernemer kan gebruikmaken van onze speciale Sigma Select programma’s. Dit houdt in dat we met de vbs-ondernemer individuele marketingplannen maken, zoals een lokale doorvertaling naar de Sigma campagnes en het realiseren van traffic naar de winkel. Maar ook door sales-trainingen en bijvoorbeeld de inzet van een mystery-shopper. Dit alles om nog beter aan de wensen van de vbs-ondernemer te voldoen.”

Elbers: “Als gevolg daarvan maakten we de regio’s van onze buitendienst kleiner om meer ondersteuning te kunnen geven aan de vbs-ondernemer. We verdubbelden het aantal verkoopadviseurs voor vbs om deze kwaliteit te kunnen bieden.”

Innovatie creëert vraag

El Boushy legt uit: “Innoveren is van essentieel belang om in te spelen op de wensen van de klant en om nieuwe vraag te creëren. Wij helpen de vbs-ondernemer graag om samen met hem de consument kennis te

laten maken met nieuwe producten. Dit resulteerde tot introductie van onze Sigma Pearl Clean, een nog mattere en nog beter reinigbare muurverf, zonder in te leveren op belangrijke product eigenschappen. En we gaan door. Onze Research & Development afdeling heeft niet stilgezeten. Met trots introduceren wij weer een nieuw innovatief product: de Sigma Air Pure. Dé supermatte biobased muurverf die de binnenlucht zuivert.”

Sigma Air Pure

Het nieuwe Sigma Air Pure-product is supermat en heeft luchtzuiverende eigenschappen: de stof formaldehyde wordt na het aanbrengen zeventig procent gereduceerd gedurende een periode van zeven jaar. Formaldehyde is één van de meest schadelijke Vluchtige Organische Stoffen (VOS) die in alle woningen en openbare ruimtes aanwezig is. Diverse wetenschappelijke onderzoeken tonen aan dat formaldehyde schadelijk is voor de gezondheid.

In woningen is de gemiddelde concentratie 25 µg/m³. Bij een concentratie hoger dan 10 µg/m³ is sprake van een verhoogd risico.

Tot slot is het product biobased en zit het in een gerecyclede verpakking. De combinatie van deze specifieke eigenschappen maakt Sigma Air Pure uniek in zijn soort en geeft de vbs-ondernemer de toegevoegde waarde die hij nodig heeft.”

Elbers: “Met deze innovatie bouwen en groeien we door binnen ons professionele Sigma assortiment. Uiteraard gaan we deze innovatie kenbaar maken en vraag creëren. Naast een campagne bieden we de vbs-ondernemer optimale ondersteuning met ons programma van specialisme en traffic-genererende tools. Zo werken we samen aan een sterk vbs-kanaal.”

Ondernemers over PPG

Sigrid Leijs, Thuisin van Brederode:

“De toegevoegde waarde zit ‘m niet alleen in de kwaliteit van de producten – in al zijn facetten – maar ook in de marketing, zoals de 360-graden-campagnes. Iedereen profiteert hiervan. Daarom maken wij er gebruik van en vertalen het door in onze winkel. Dat werkt hartstikke goed.”

“De campagnes zorgen merkbaar voor meer traffic in onze winkel. “De samenwerking met Sigma is erg plezierig. We willen in de toekomst nog meer gebruikmaken van het uitgebreide dienstenpakket, vooral van de stylistendiensten en salestrainingen. Dat gaat ons alleen maar verder helpen.”

Jan Elenbaas, Decokay:

“Een fijne sparringpartner, een optimale samenwerking. Aandacht doet écht groeien. Innovaties, zoals de Pearl Clean Matt, helpen hierbij. Er werden handige tools meegeleverd voor een demonstratie. Zien doet verkopen!”

“We konden in de samenwerking met PPG creatieve ideeën inzetten die uniek en onderscheidend zijn. Zo realiseerden we met een groot reclamebord langs de A58 een zeer groot bereik.”

“Samen met PPG gaan we op zoek naar de potentiële consument. Bij voorkeur met een unieke manier van reclame maken. Op deze manier kan ik nog meer mensen naar mijn winkels krijgen. Daar profiteren andere productgroepen ook van.”

Willem & Debbie van Laar, van Laar verfhandel:

“We hebben een fijne samenwerking. Het contact werd regelmatig en acties worden vaker besproken. Zo zit je beter in het merk. Als er een keer iets is, wordt het direct opgelost. Daardoor is er veel vertrouwen. We maken graag gebruik van de campagnes, inclusief het mooi vormgegeven verkoopondersteunend pos-materiaal. Het zorgt voor extra traffic in onze winkels.”

“We hebben veel gehad aan onder meer de gold-training (een uitgebreide verkooptraining) die we hebben ingezet. Dat is een erg kwalitatieve training en bovendien erg onderscheidend. De mystery-shopper in combinatie met een training was verhelderend. We voeren de verbeteringen door en blijven zo groeien. PPG helpt ons daarbij.” **Corine van den Berg, DecoHome:**

“We zijn goed gegroeid met de producten van PPG, zowel in de lakken als in muurverven. Dit gaat ieder jaar nog beter!”

“We zijn erg actief als het gaat om inzet van tools om extra traffic te generen binnen onze regio. We profileren ons in de regio als dé Sigma-verfspecialist. Dat ondersteunt PPG met diverse middelen, zoals flyers, advertentiemogelijkheden in de krant (bijvoorbeeld ook tijdens ons verfdokter event) en op Facebook. Zo generen we nog meer traffic binnen onze regio naar onze winkel. PPG heeft hier een groot aandeel in en helpt ons met de juiste inzet van middelen en tools. Daarbij is voldoende ruimte voor onze eigen input en creativiteit. Zo groeien we door.” **Bart Vossenbergh, Voor Verf & Wonen:**

“Snelle en duidelijke informatie betreffende goede noviteiten (bijvoorbeeld de Pearl Clean Matt die zeer positief is ontvangen door ons en onze consumenten) en acties. PPG kijkt wat er daadwerkelijk op de winkelvloer gebeurt. Tevens worden acties steeds meer gekoppeld aan de seizoenen.”

“Kwalitatief hoogwaardige producten, zoals de S2U Allure. Dit artikel verkoop ik met plezier en vol vertrouwen.”

“We zijn zeer gebaat bij de 360-graden-campagne. Die creëert herkenning en bekendheid bij de consument. Die melden dit daadwerkelijk op winkelvloer. Hierdoor is de verkoop eigenlijk al gedaan. Met het programma is er veel ruimte voor eigen invulling. Wij ontwikkelden een gepersonaliseerd spandoek voor extra herkenning in het straatbeeld naast de inzet van onder andere flyers, kleding en winkelaankleding.”