

SuperCleaners: “De markt is klaar voor een sterk alternatief”

04-10-2023 09:42



Goede marges. Een compact, maar compleet assortiment. Producten van een aantoonbaar hogere kwaliteit. Exclusief verkrijgbaar via de dhz-retail en bouwgroothandel. Het zijn drie van de vier beloftes die [SuperCleaners](#) aan dealers doet. De vierde belofte wordt ook erg goed ontvangen door het dealernetwerk. Namelijk een op-maat-gemaakte activatiecampagne per dealer.

Herhaalaankopen

Die macht wordt onder meer geboden dankzij de selectieve distributie van de producten. “Al onze producten zijn bedoeld om voor, tijdens en na een serieuze klus gebruikt te worden. De dhz-retail en bouwgroothandel zijn daarom onze ideale partners om de eindgebruiker te bereiken. Dat zijn de plekken waar de klusser en vakman hun inkopen doen.”

Martijn van Aalst: ‘Beloftes waarmee we de macht weer aan de bouwmarkt geven’

En vanwege die exclusiviteit zijn de dealers ook verzekerd van alle herhaalaankopen. Van Aalst: “We doen niet aan directe verkoop buiten de dhz-retail en bouwhandel. Een consument of vakman kan dus niet na een eerste aankoop bij een supermarkt of drogisterij een nieuw product kopen. Zo onderscheiden onze dealers zich met

ons assortiment.”

Heavy duty

De professionele kwaliteit van de producten uit het SuperCleaners-assortiment is eveneens een argument om voor de selectieve distributie te kiezen. “Van origine zijn alle producten ontwikkeld en geproduceerd voor de scheepvaart, bouw, industrie, offshore, horeca en sport. Onze krachtige producten zijn bedoeld voor, tijdens en na de klus. De toepassing waarbij men snel, effectief en daadkrachtig een oplossing behoeft, waarbij doorsnee reinigingsmiddelen geen goede oplossing bieden. Denk hierbij aan een hardnekkige verstopping, douchewanden en kranen met kalk, of verkleurde voegen. Maar ook aan het verwijderen van de oude kit, verwijderen van oude verflaag of juist het beschermen en vochtwerend maken van de gevel. De grondstofkeuze en werkzame stof per liter die we in onze producten toepassen, verklaren de kracht en werking. Daarom past ons assortiment ook goed in de bouwmarkt en bouwgroothandel.”



Meer rendement per meter

Die kwaliteit vertaalt SuperCleaners in een compact assortiment. “Zo hebben we één vloerreiniger voor alle ondergronden, net als één sanitairreiniger. Geen waaier aan keuzes, maar multifunctionele en praktische oplossingen”, zegt Van Aalst.

Een keuze die resulteert in compacte en overzichtelijke presentaties in de schappen met een compleet aanbod. “Daar waar anderen met zes tot zeven meter schapruimte hun producten aanbieden, kunnen wij met een schap van één tot twee meter meer rendement per meter leveren. Makkelijker kiezen voor de klant en er blijft meer schapruimte over voor de dealer die daar andere producten kan aanbieden.”

Marketing op maat

Iedere dealer is anders. Iedere dealer zit op een unieke locatie en heeft natuurlijk een andere samenstelling qua type klanten. Met marketing op maat doet SuperCleaners een volgende belofte. “Daarin ondersteunen we echt op individueel dealerniveau, ook de verschillende dealers binnen dezelfde formule mogen rekenen op een eigen unieke online en offline campagne. Na een analyse van de positionering, klantgroepen en verzorgingsgebied, maken we een gericht activatieplan met maar één doel: maximale afzet!” Volgens Van Aalst een aanpak die werkt. “Zo hebben we bij diverse Hubo-dealers, waaronder in IJsselstein, in korte tijd het aantal kassa-aanslagen weten te verhogen van 12 naar 87. Een dergelijke aanpak is ook toegepast bij onder meer Nicovij-leden, waaronder Enorm van Driel, waar de aanpak ook resulteert in meer kassa-aanslagen. In de winkel, maar ook online! Ook in de bouwgroothandel hebben we bewezen dat deze combinatie van online- en offlinepromotie werkt.”

Naast de maatwerkcampagne timmert SuperCleaners ook goed aan de weg qua landelijke naamsbekendheid in Nederland en België. Afgelopen kwartaal werd het concept bijvoorbeeld gepromoot bij 80.000 bezoekers tijdens Libelle zomerweken, maar ook via diverse professionele voetbalclubs en via grote landelijke e-commercecampagnes.

Succes op verkoopvloer

Niet alleen de marketingcampagnes zijn op maat van de dealer gesneden, ook de winkelconcepten van SuperCleaners op de verkoopvloer zijn dat. “Voor die samenstelling maken we gebruik van de eerder gemaakte analyse van het verzorgingsgebied en de verschillende klantgroepen. Als je weet welke klussen of werkzaamheden zij doen, kun je een concept en assortiment samenstellen waarvan je op voorhand weet dat het een succes wordt.”

Daarbij maakt SuperCleaners wel duidelijk onderscheid tussen dhz-concepten en concepten voor de bouwgroothandel. “Het zijn verschillende kanalen met andere doelgroepen, al zien we ook dat dhz-retail en bouwgroothandel steeds meer door elkaar gaan lopen. De zzp’er of zakelijke entiteit die bij de dhz-retail binnenloopt, kunnen we perfect bedienen met ons concept”, aldus van Aalst.

Duurzaam verpakken

Als producent en leverancier van onderhouds- en reinigingsmiddelen hecht SuperCleaners veel waarde aan duurzaamheid. “Bijvoorbeeld door in onze producten meer biologische grondstoffen toe te passen, duurzaam papier en karton te gebruiken, het minimaliseren van plastic.” Maar de visie van SuperCleaners gaat verder dan dit. “We bieden namelijk ook producten in puur concentraat aan. Een fles met daarin een geconcentreerd product, dat met water aangelengd kan worden. Daarmee gebruiken we één fles in plaats van tientallen kant-en-klare sprays. Dat scheelt heel wat plastic flessen, karton en transport.”

Private label

Volgens Van Aalst groeit zowel binnen de dhz-retail als bouwgroothandel de behoefte aan private label-concepten. “Daarin zijn we al jaren actief. Niet alleen door de producten onder private label aan te bieden, we kunnen – als de klant dat wil – ook daarvoor het hele marketingtraject oppakken.”



Zo heeft SuperCleaners voor menig dhz- en vakhandel een private label concept ontwikkeld, waaronder voor Bouwmaat Nederland. Dit private labelconcept van Bouwmaat bestaat uit een vijftigtal cleaners, technische vloeistoffen en ontvetters. "Ook voor deze samenwerkingsverbanden staan wij klaar", zegt Van Aalst

SuperCleaners Retail BV, Roosendaal, 085.007.05.26, info@supercleaners.nl, www.supercleaners.nl

Redactie