

“Innovatie zit in ons DNA”

31-08-2018 00:04



Lijmen en kitten zijn misschien niet zo sexy, zegt Frank Heus. Maar toch is het belangrijk om de consument steeds maar weer te verrassen. Wie Heus kent, weet dat hij regelmatig spreekt van de wow-factor. “Dat een consument op een verjaardag vertelt dat hij zijn dakgoot gerepareerd heeft met Bison Liquid Rubber, dat de Grizzly Tape echt alles aan elkaar plakt of dat de Bison Poly Max High Tack Express metéén vast zit.”

Innovatie in DNA

Verwachtingen steeds maar weer overtreffen, daar gaat het wat Heus en Bison betreft om. Daarom moet je ook blijven innoveren. Bison is onderdeel van de Bolton Group, een internationaal familiebedrijf met hoofdkantoor in Milaan en moeder van merken als Rio Mare, Dubro, Collistar, Soapy en in de lijmen Bison, Griffon, Uhu, Airmax en in Italië zelfs Bostik. Heus: "Ondernemerschap is de rode draad in het portfolio. Innovatie, vertrouwen, toegevoegde waarde en kwaliteit. Het zit in ons DNA."

Bewezen succes

De wereld verandert en daar moet je op inspelen, vinden ze bij Bolton. Niet iedere innovatie is binnen drie maanden een succes, soms duurt het wel drie jaren. Daarom moet je ook blijven innoveren en zorgen dat je pijnlijken vol zit. Heus: "Wij doen dat met 4 tot 6 innovaties per jaar. Als je niet innoveert, ben je na vijf jaar 60-70% van je winst kwijt."

Bison Poly Max is volgens Heus het bewijs van het langdurige effect van innovatie en vertrouwen. "Het begon met één product met unieke eigenschappen in de rode koker. En intussen is het met meerdere kleuren, High Tack, High Tack Express en Transparant een serie van producten en in tubes met een marktaandeel van meer dan 80%."

Veel op komst

Met Poly Max, Wood Max, Control Secondenlijm, Grizzly Tape en Rubber Seal bracht Bison de afgelopen jaren veel noviteiten op de markt. "Denk aan de tube van de Control-lijm die het vervelende nadruppelen voorkomt. Of aan de Kolmat-tape van Griffon waarmee je een kraan nog 360 graden kunt nastellen terwijl de verbinding water- en gasdicht blijft." En er komt nog veel meer aan. Heus voorspelt nog minstens drie grote innovaties in de tweede helft van 2018. Soms zijn dat eenvoudige producten of een nieuwe verpakking, soms is het een heel nieuwe categorie zoals Grizzly Tape of Rubber Seal. Heus: "Tuin is een heel grote assortimentsgroep in DHZ. En daar is Bison Rubber Seal echt voor veel problemen een oplossing. Een vloeibaar product dat bruin uit de emmer komt en zwart opdroogt. Straks niet alleen in emmers, maar ook in andere verpakkingseenheden."

Direct uit de markt

Soms komen innovaties uit veranderende grondstoffen en technische mogelijkheden. Maar vaak komen ze ook direct uit de markt. Consumenten komen met ideeën, tips en klachten in het Bison Informatie Centrum. "Ook medewerkers uit de hele Bolton Group komen met ideeën voor nieuwe producten of productverbeteringen. Die gaan dan langs Corporate Product Management voor een wittevlekken-analyse, daarna gaat Research & Development kijken of het product verantwoord produceerbaar is en wordt het getest op kwaliteit, veiligheid, duurzaamheid etcetera. Soms duurt het dan iets langer, maar we brengen het pas als het bewezen goed is."

Innovatieve communicatie

Innovatie zit 'm niet alleen in de nieuwe producten. Ook in de communicatie en in de samenwerking met andere marktpartijen. Neem de vele Youtube-video's die Bison online zette. Soms zijn ze informatief, soms

inspirerend of met een knipoog. Steeds bedoeld om de consument te overtuigen van de makkelijke oplossing voor zijn probleem. Ook de samenwerking met Red Bull gaf Bison en Bison-producten veel bekijks op social media en in massamedia.

Unieke samenwerking

In het najaar van 2018 komt Bison met een innovatie waar de hele bedrijfskolom bij betrokken is. "Samen met een retailorganisatie en een groothandel hebben we een concept opgezet waar we veel van verwachten. Deze samenwerking is uniek en helemaal van deze tijd." Op dezelfde leest van samenwerking is Bison professional gestoeld. "Retailers met ZZP'ers onder hun klanten, zochten een professioneel assortiment lijm- en kitproducten. In samenwerking met hen hebben we een top 15 uit ons professionele assortiment geselecteerd en onder Bison-prof gepositioneerd. Zo bieden we de producten en scholen we oa de medewerkers op de winkelvloer om hun professionele klanten daar goed mee te kunnen helpen."

Gouwe ouwe

Bison hecht dus grote waarde aan innovatie en investeert jaarlijkse een aanzienlijk groot percentage van de omzet. Zo'n +/-30% van de omzet komt uit innovaties van de laatste 10-12 jaar. Maar de fabrikant verandert niet om te veranderen. Er zijn ook 'gouwe-ouwe-producten' die het nog steeds heel goed doen. Denk aan de Bison-kit, of aan de Houtlijm. "Al zullen we die ook steeds vernieuwen als we daar mogelijkheden toe zien", zegt Heus. "Kijk maar naar Bison Wood Max." Dat innovaties snel overgenomen worden door anderen, vindt Bison alleen maar goed. "Met Bison Wand-en-Klaar brachten we kant-en-klare vloeibare behanglijm. Die werd al snel gekopieerd door concurrenten. En daardoor groeide de categorie alleen maar sneller."

Steeds stap verder

Pratend over innovatie wordt Heus helemaal enthousiast. "Als je het DHZ-assortiment bekijkt, zie je toch nergens zo veel innovatie als in lijmen en kitten? Ik durf misschien wel te zeggen dat wij de Apple of Samsung zijn van de branche. We willen niet alleen aan de verwachtingen voldoen, maar gaan graag steeds een stap verder. En soms moet je de consument dan even in de juiste richting helpen. Maar dat doen we graag voor een positieve ervaring bij de eindgebruiker en bij de retailer. Zo creëren we echt een win-win."

Redactie MIXpress