

Brede keuze met Grohe Colors Collection

27-05-2021 23:09



“In deze tijd zien we dat mensen steeds meer behoefte hebben aan een eigen gepersonaliseerde badkamer”, zegt Paul Rebergen, Leader Netherlands LIXIL EMENA, het Japanse bedrijf waar Grohe deel van uitmaakt. “Daarbij hebben we een viertal trends geformuleerd: urbanisatie, individualisatie, gezondheid & welzijn en duurzaamheid. Met onze productontwikkeling spelen we in op deze trends en de behoefte aan persoonlijke ervaringen van de consument. Rust in de badkamer is heel belangrijk. Wellness wordt daarbij steeds belangrijker gevonden.”

Inrichten in eigen smaak

In een always-on maatschappij is het belangrijk om je rust te pakken, zo vinden ze bij het sanitairmerk. “Je besteedt veel tijd in je badkamer, dan is het ook belangrijk dat deze in jouw eigen smaak is ingericht”, legt Marketing Activation Manager Jennifer Voesenek uit. “Of deze nu groot of wat kleiner is, dat maakt niet uit. We bieden verschillende stijlen en kleuren producten aan die mooi matchen bij huidige interieurtrends, zoals een industriële look met Hard Graphite, urban jungle-stijl met Cool Sunrise of een minimalistische uitstraling met de kleur Warm Sunset. Wat je smaak ook is, met de Grohe Colors Collection bieden we een brede keuze in kleuren voor wastafels, douche, bad en bidet.”

Verschillende kleurdesigns

Naast kranen en douches van chroom bestaat de Grohe Colors Collection uit diverse andere kleurdesigns:

Langer mooi dankzij PVD Coating

Grohe produceert de Colors producten op basis van het unieke Physical Vapor Deposition (PVD) proces. Hierdoor kunnen meer kleuren aangeboden worden en tegelijkertijd is de afwerking drie keer zo hard en tien keer krasvaster dan een gegalvaniseerde finish. Channel Manager DIY Annelie Wirds: "Het is een andere manier van produceren die we hanteren. Poedercoating is misschien iets goedkoper, maar de producten van Grohe Colors blijven veel langer mooi om naar te kijken. Je kunt er zelfs met een schuurspons overheen gaan en je ziet er geen krassen op. Het geeft onderscheid in de markt, zeker in de doe-het-zelfbranche."

Online oriënteren en inspireren

Kleuren in de badkamer zijn trendy. Grohe heeft onderzoek gedaan naar de wensen bij een badkamer en de verschillende kleuren, waarbij ze momenteel de resultaten aan het verwerken zijn. De sanitairspecialist kan nu al de conclusie delen dat de helft van de Nederlanders een kleur in de badkamer wil hebben. Volgens Voesenek zoeken mensen vooral online naar inspiratie: "De oriëntatie verloopt vaak online, van Pinterest tot de websites van merken en bouwmarkten."

"Online wordt door consumenten veel gebruikt om te oriënteren. Daarnaast kun je online ook het totaalplaatje laten zien en zo inspireren."

"De hardlopende kleuren zijn vaak aanwezig in de bouwmarkt, of er wordt één kraan getoond met daarbij kleurkasten" volgens Wirds. "Het is daarnaast dus ook belangrijk om online aanwezig te zijn vanwege de kansen die longtail verkopen bieden. Als dHz-winkel kun je vooral inspelen op de vervangingsvraag, waarvoor Grohe een compleet assortiment aanbiedt. Met een andere kraan en douche met opbouwsysteem heb je al heel snel en eenvoudig een andere uitstraling van de badkamer. Bovendien helpen we met duidelijke how-to-video's op YouTube."

Verkoopkansen in de winkel en online

Wirds ziet nog veel verkoopkansen in de bouwmarkten, waar het aanbod van douches vaak niet in de nabijheid staat van de kranen. "Voor een consument is het daardoor moeilijk om de combinatie te leggen. Daarvoor moet je het totaalplaatje laten zien. Dat geldt overigens niet alleen in de winkel, maar ook online. Het is de hoofdreden dat wij de Colors collectie nadrukkelijk op onze website vermelden. Tegelijkertijd gaan we ook meer inspireren in en rond het schap in de winkel. Daarvoor zijn we met het formulemanagement van de ketens aan de slag." Voesenek ziet ook verkoopkansen omdat de bouwmarkten steeds luxere producten verkopen. "Grohe helpt mee om klanten een complete badkamer aan te bieden. Mensen zijn tegenwoordig meer thuis en hechten steeds meer belang aan een persoonlijke, smaakvolle badkamer."

• Hard Graphite

- De donkergrijze kleur van de Hard Graphite geeft het een unieke en stoere uitstraling. Verkrijgbaar in een matte of een gepolijste afwerking.

• Cool Sunrise

- De klassieke Cool Sunrise is in twee varianten verkrijgbaar. De gepolijste variant voor ultieme luxe en de matte voor een hippe vintage look.

- **Warm Sunset**

- De gepolijste en matte Warm Sunset kleuren geven het een origineel accent met een rosé-gouden tint.

- **Supersteel & Chroom**

- De matte afwerking van de SuperSteel is mooi te combineren met marmer of hout.

Nieuwe accountmanagers in dhz-team

Jørgen Broers is gestart op 1 april 2021. Voorheen was hij werkzaam als Commercieel Manager bij Patton Barbecues & Outdoorkitchens bv in Zaltbommel. Hij gaat zich vooral richten op de hoofdkantoren binnen de grote dhz-accounts.

Valerie Zwaan is al een aantal jaren werkzaam binnen Grohe Nederland. Na een intensieve training heeft zij de overstap gemaakt naar sales en sinds 1 april 2021 gestart als Accountmanager dhz. Zij zal zich hoofdzakelijk bezighouden met het bezoeken van bouwmarkten.

Grohe Nederland, Zoetermeer, 088-00 30 700, colors.grohe.nl, dhz-nl@grohe.com

Redactie