

Cement- en stucaanbod maakt volop ontwikkelingen door

20-09-2021 15:45



Jouke Vlietstra

KLUSWIJS SURHUISTERVEEN

“Ik kan me wel vinden in de opmerking dat het productaanbod toegankelijker is gemaakt. Dat geldt zowel voor het productgebruik zelf als op de toelichting ervan. Niet alleen op de verpakking zelf, maar ook voor het schap staat het gebruik duidelijk uitgelegd. Er is inderdaad veel werk gemaakt van de uitleg, ook op internet is volop gebruiksinformatie terug te vinden, bijvoorbeeld aan de hand van youtube-video's.

Ook het productaanbod zelf is meer toegankelijk. Neem snelbeton om palen in de grond vast te zetten. Kwestie van een gat graven en aanvullen met water en beton. Supergemakkelijk. Zo nu en dan willen klanten wel eens vragen om extra ondersteuning. Dan gaat het vooral om consumenten die weinig ervaring hebben met de producten, maar ze schrikken er in ieder geval niet voor terug om cement of stuc te gaan gebruiken.”

Stephan van Praag

HUBO HATTEM

“Ik vind dat de verwerking van de producten goed op de verpakking staat uitgelegd, maar in het voortraject laat de toelichting nog te wensen over. Mensen hebben soms geen idee hoe ze een klus moeten aanpakken. Op de sites van aanbieders staat de verwerking van een product te lezen, maar er staat niet uitgelegd hoe ze een klus naar tevredenheid kunnen afronden. Als ik een schutting wil plaatsen, hoe moet ik dat dan aanpakken? De online informatie is al dusdanig getrechterd dat de consument krijgt te zien hoe die een paal in snelcement moet vastzetten, terwijl een deel van de klanten in het voortraject daar niet van op de hoogte is. Juist op dat vlak komen wij als verkooppunt om de hoek kijken. Om de consument bij de hand te nemen en hem van zijn koudwatervrees af te helpen. De informatie op de verpakking dient dan als geheugensteuntje thuis.”

Niels Vrijenhoek

KNAUF

“Het gladstrijken van een afgehakte, kale bakstenen muur zul je als consument niet snel ter hand nemen. Dat is vakwerk wat je beter aan de ervaren stukadoor kunt overlaten. Toch zijn er volop werkzaamheden die ook voor de doe-het-zelver binnen handbereik liggen, zoals het gladstrijken van een spachtelputz-muurtje bijvoorbeeld. Die oplossing was vooral vroeger in trek, terwijl mensen dat nu liever strak zien.

Natuurlijk heb je voor de verwerking van onze producten een beetje handigheid nodig, maar de verwerkingsstappen zijn dusdanig toegankelijk dat de gemiddelde klusser daar prima mee uit de voeten kan. Het is onze opdracht om te begrijpen waar precies de uitdagingen liggen voor de doe-het-zelver. Als je dat goed begrijpt, dan weet je ook hoe je ‘m via een stappenplan door het verwerkingsproces kunt helpen. Met duidelijke toelichting op de verpakking en aan de hand van videomateriaal kunnen we de gebruiker extra ondersteunen.

Het grote voordeel van ons product is dat het redelijk universeel te gebruiken is. Je moet in de voorbereiding letten op een zuigende of op een niet-zuigende ondergrond, maar daarmee heb je eigenlijk de belangrijkste afweging al te pakken. Wat helpt bij de verkoopondersteuning is dat de bouwmarktklant op weg wordt geholpen door winkelpersoneel. Vandaar ook dat we er nadrukkelijk werk van maken om via onze Knauf Akademie bouwmarktmedewerkers bij te scholen.

Tot slot bieden we de consument ook kleinverpakkingen aan van 1 kilo. Daar bestaat vraag naar. De zakken van 25 kilo worden niet door elke formule aangeboden. Dat hangt af van aan de aard van het bouwmarktconcept. Bij constructieve bouwmarkten passen deze grootverpakkingen beter dan bij de meer decoratieve bouwmarkten.”

Dennis Visser

GAMMA DRONTEN

“De productuitleg op de verpakkingen is de laatste jaren inderdaad stukken duidelijker geworden. En toch. Onder het mom van ‘1 beeld zegt meer dan 1000 woorden’ vind ik het eigenlijk jammer dat het op de verpakkingen ontbreekt aan een qr-code met een link naar een videofilm. Die video’s zijn veelal beschikbaar op de websites van de industrie, dus dan kan een qr-code met een link naar een video wel degelijk van toegevoegde waarde zijn.

Wat we ook merken, is dat sommige klanten nog wat extra ondersteuning van medewerkers nodig hebben. Als we de klant laten zien dat de verwerkingsstappen op de verpakking staan uitgelegd, dan is dat voor later bij de consument thuis een bruikbaar geheugensteuntje. Het gebruiksgemak varieert van product tot product. Een vloertje storten of egaliseren, is voor veel mensen toch wat hoog gegrepen, maar als je toepassingen duidelijk laat zien, dan wil de schroom ook daarvoor verdwijnen.”

Niels de Blok

SAINT-GOBAIN WEBER BEAMIX

“In bouwmarkten gaan we toch redelijk diep en breed met een variatie aan metselmortel, voegmortel, doorstrijkmortel en aanverwante producten. Voor doe-het-zelvers hebben wij een specifiek assortiment mortels waarmee alle doe-het-zelf klussen perfect door de ervaren en minder ervaren klusser kan worden uitgevoerd. Onder jongeren bestaat er nog enige koudwatervrees. Hoewel Corona er voor heeft gezorgd dat het type consument dat is gaan klussen is veranderd. De jongere generatie die voorheen niet durfde te klussen/metselen is dit nu met de juiste (online) informatie toch gaan proberen.

Daarnaast is het gebruiksgemak de laatste jaren toegenomen. Je ziet steeds meer kant-en-klare-producten en ook de mortels hebben enkel nog een bepaalde hoeveelheid water nodig, waarin ook wat gevarieerd kan worden. Dit geeft de consument meer tijd om het product te verwerken met nog steeds een goed eindresultaat. We hebben tal van how-to-video's beschikbaar, terwijl we tevens trainingen voor consumenten verzorgen bij bouwmarkten en bij ons in het Trainingcenter.

Tegelijkertijd is het natuurlijk ook zo dat je als consument je aandacht er wel bij moet houden. Zorg er bijvoorbeeld voor bij langdurige regenval dat je vers metselwerk afdekt tegen overmatige wateropname. Ook bij achteraf voegen moet men in de regel het metselwerk circa twee weken laten uitharden. Dat proberen we op tal van manieren toegankelijk te maken, via trainingen, online video's dus, maar ook via fysiek materiaal, instructies en afbeeldingen op de verpakking.

Ook de assortimentsopbouw proberen we zo toegankelijk mogelijk te maken. Onze producten liggen veelal achterin in de bouwmarkt. Middels schapcommunicatie en online tools proberen we de klant zo goed mogelijk naar het juiste product te navigeren."

Roald Blok

ALABASTINE

"We presenteren de vier producten MuurGlad als één concept, waarbij we ons richten op de decoratieve klusser", zegt Blok. "Ofwel: iedere dhz'er die gaat schilderen of behangen, gaat voor het beste eindresultaat. Hierbij helpt de juiste voorbehandeling en daarvoor bieden wij de geschikte producten. Naast de vier MuurGlad producten biedt Alabastine ook aanvullende producten, zoals een ontvetter, vulmiddelen en voorstrijk. De handige gereedschapsets maken het concept compleet. Met herkenbare gereedschappen die door iedere klusser eenvoudig te gebruiken zijn."

Twijfelt een dhz'er welke toepassing het meest geschikt is om een muur strak te maken? Of weet hij niet hoe hij dit aan moet pakken? Dan biedt het Alabastine Muurstrakplan een persoonlijk klusadvies. "Door drie korte vragen op muurstrakplan.nl te beantwoorden word je met video's, afbeeldingen en uitgebreide klusinformatie stap voor stap geholpen naar een strak eindresultaat."

Redactie