

Bison: nog meer van product naar probleemoplossing

21-04-2024 07:00



“De behoefte van de consument is steeds meer gerelateerd aan duidelijkheid”, trapt Marketing Manager Benelux Martijn van der Sluijs het gesprek af. “Ofwel: het juiste product voor de klus. Die behoefte wordt alleen maar groter.” Tegelijkertijd ziet hij dat het bijbrengen van kluskennis minder vanzelfsprekend is. “De millennial ‘jongere’ weet minder goed hoe ze moeten klussen. Aan de andere kant hebben we in de corona-periode gezien dat klussen juist wel werden opgepakt. Wat bepaalt dus naast kennis nog meer of men gaat klussen? Dat is tijd of juist het gebrek daaraan. Dat geldt voor ons allemaal”, zegt hij. “Bison zet in communicatie dus in op kennis – maar ook op het gemak waarmee een klus geklaard is.”

Vernieuwde website

“Voor de kenniscomponent vormt online een steeds belangrijkere factor”, stelt Michiel Box, Country Director Benelux voor de Consumer Market in de Benelux. “Consumenten gaan online op zoek naar oplossingen. Dat gebeurt heel vaak community gedreven, waarbij ‘opzoeken en delen’ de norm is.” Van der Sluijs vult aan: “Zeer recent hebben we onze website vernieuwd. We bieden verschillende instapniveaus. Want of je nu op zoek bent naar een product, een klus of een stappenplan, al deze informatie kun je nu snel en overzichtelijk vinden. Daarmee sluiten we aan bij ieder niveau van klusser. Onze communicatie zit op de klus en hoe je deze kunt klaren. Of hoe je het probleem oplost. En natuurlijk verwijzen we de klusser direct door naar een plek waar hij of zij het benodigde product kan kopen, on- of offline.”

Probleemoplossende innovaties

Met innovaties wil Bison categorieën laten groeien om zo blijvend het verschil te maken. Box geeft Bison Rubber Seal als voorbeeld. “Rubber Seal brengt een conceptmatige en probleemoplossende aanpak. Dat wordt

heel goed opgepakt door de retail. Daarmee krijgt Bison positie in categorieën waar we eerst niet zaten, natuurlijk gedragen door het sterke merk. Door een oplossing te bieden willen we de consument meekrijgen. En daarmee voegen we waarde toe aan de categorie.”

Bij andere innovaties haalt Van der Sluijs de voorbeelden van Poly Max voor lijmen, monteren en afdichten én de nieuwe Poly Max Kit aan. Volgens hem zijn dit twee typische producten waarmee de onzekerheid van klussers weggehaald wordt. “Het zijn oplossingen waarmee je direct aan de slag kunt gaan, ook de groep waar de kluskennis minder is. Die services we meer, door ze de geruststellende boodschap te geven: met dit product kan je klus niet misgaan.” Box benoemt hierbij ook Wood Max, de watervaste houtlijm op polymeerbasis: “Dat is best of both worlds, ook hiermee kan de klus niet misgaan. Maar dus ook Poly Max Kit, die niet alleen flexibel maar ook overschilderbaar is en daarom gebruikt kan worden voor klussen waarvoor men anders de keuze moest maken tussen acrylaat- of siliconenkit. Poly Max Kit zijn we nu aan het uitrollen in Nederland en België. Hoe wat doen? Door in onze communicatie zelfverzekerd te zijn, door onzekerheid weg te nemen. We nemen klussers aan de hand mee.” Retailers bevestigen de geruststelling die Bison-producten geven aan klanten. Box: “Ook bij tweede posities werkt het aanbod lijmen en kitten heel goed. We willen dit jaar dan ook fysiek dichterbij de klus aanwezig zijn in de winkels, we zijn druk bezig om die tweede posities waardevoller in te vullen en uit te breiden.”

Creatieve producten

“Ook onze creatieve producten vinden hun weg naar diverse kanalen en gebruikers. En ook hier willen we meer naar de probleemoplossing gaan. We willen meer waarde toevoegen om zo het klantbereik groter te maken: een gericht productaanbod voor een nog grotere doelgroep om zo een oplossing te bieden voor vele klusuitdagingen”, zegt Box. “Die stretch in het assortiment doen we door te kijken naar gebruik en doelgroep, zoals bijvoorbeeld het toevoegen van onze Heavy Duty en Creative Lijmspray naast onze bekende Universal Lijmspray.”

Hulp met basiskennis

Om het kennisniveau van de juiste oplossing voor de klus duidelijker op de winkelvloer te krijgen, zet Bison dit jaar onder andere in op trainingen. “We willen helpen om het kennisniveau van medewerkers hoger te krijgen”, zegt Van der Sluijs. “Dat doen we deels met onze demo’s in de winkels en daar het personeel in de basis te trainen. Door uit te leggen ‘Wat is lijm, wat is kit en wat doet het?’. Daarbij nemen we de vakverantwoordelijke zeker mee. Het doel is dat medewerkers beter worden en zekerder op de werkvloer te laten staan. Die trainingen bieden we aan in overleg met de retailer, waarbij we samen optrekken met het Bolton Adhesives Informatie Centrum (BAIC). Daarnaast zijn we bezig met het aanpassen en verder optimaliseren van de schapnavigatie door duidelijk en helderder Point of Sale-materiaal. Hiermee leiden we de consument naar de juiste oplossing voor het klaren van zijn klus.”

Veel lawaai maken

Om ruchtbaarheid richting consumenten te creëren, staan volop activiteiten op de planning. Box is dan ook ‘supertrots’ dat Bison veel lawaai maakt om consumenten op de juiste plek met hun boodschap te bereiken. Van der Sluijs: “Neem bijvoorbeeld onze aanwezigheid tijdens Mudmasters, dat is een echt spierballen-evenement. Dat sluit weer aan bij ons merk, iedereen vindt dat sympathiek. Of het helpen knutselen bij kinderen, die worden zo ook bekend met ons merk. Dat doen we overigens ook met pakketten voor scholen, dat wordt enorm gewaardeerd.” Een ander initiatief is de Bison Repair Shop, waarbij de boodschap ‘Repareren niet weggooien’ duidelijk naar voren komt. “Zo zorgen we voor een verlenging van de lifecycle van een

product”, benadrukt Van der Sluijs. “Overigens draait repareren niet alleen om geld besparen, maar ook om emotie. Denk bijvoorbeeld aan het repareren van kinderspeelgoed.” En hoe je een klus zelf kunt doen, dat kunnen consumenten zelf zien tijdens Bison on Tour. “Bij bouwmarkten krijg je lijm- en kitadvies van een expert en laten we zien hoe je een klus moet doen, waardoor de kans dat je het goed doet groter wordt.”



Poly Max® High Tack Expresss de universele oplossing voor monteren en afdichten van vrijwel alle materialen en op vrijwel alle ondergronden.



Wood Max Transparent Power, een bijzonder sterke en watervaste houtconstructielijm die PU- en oplosmiddelvrij is.



Poly Max®, een hoogwaardige, blijvend elastische en overschilderbare alles-in-één kit voor het waterdicht afdichten van voegen en naden, het krimpvrij opvullen van gaten en scheuren en het esthetisch afwerken van afdichtingswerken.

Bison, Goes, +31 (0)88 3 235 700, www.bison.nl, info@bison.nl

Redactie