

Klimaatomzet in alle seizoenen

02-09-2015 20:53



Goede verkopen met veelgevraagde producten, dat is waar Zibro zijn dealers aan kan helpen. Met gezonde prijzen en marges. Anders dan de gangbare prijsenslag waar hij toch met enige zorg naar kijkt. "Hoe ver moet je gaan? 40%? 50%? In supermarkten zou ik een zak schepsnoep weggeven bij 5 kg aardappelen. Dat soort prettige aanbiedingen stellen klanten op prijs, je geeft producten weg waar je niet op leegloopt en houdt de marge-druk onder controle." Dat kan volgens hem anders door een goed assortiment te bundelen met kennis, uitstraling en de claim op expertise.

Groei op drie fronten

Met het merk Klima gaf PVG vorig jaar een nieuwe impuls aan de Zibro-producten. "Zibro was te veel gelinkt aan de petroleumkachels. Hoewel we intussen veel meer producten voerden en met airconditioning, luchtbevochtigers, -ontvochtigers en -filters het hele jaar rond de consument hielpen aan een beter klimaat en onze dealers aan een gezonde omzet en marge.

Sinds de intrede van het Klima-merk ziet Kramer de aantallen in alle productgroepen hard stijgen. Het merk legde er een overkoepelende laag van communicatie overheen die heel veel deed voor producten die reeds bestonden." En op die manier gaat het hard met de firma. De distributie groeide, steeds meer retailers namen

het merk op. En bij ieder van die – grotere groep - dealers steeg de omzet ook nog eens. Bovendien pluste de afzet via e-tail enorm hard. Da's dus groei op drie fronten.

Bricks & Clicks

Dankzij de vele zaken die PVG doet met e-tailers heeft de firma alle productdata goed op orde. En daar kunnen traditionele retailers zeker ook van profiteren in hun e-business. "Retailers kunnen beschikken over content die PVG van A tot Z beschikbaar stelt. Onze partners hoeven de data 'alleen maar' te laden en dan staat alles er correct op hun site(s) in. Productspecificaties, marketingteksten, beelden en alle andere data die je nodig hebt in een webshop. En dat biedt kansen aan traditionele retailers, aldus Kramer. "De combinatie van bricks & clicks zal het in mijn ogen uiteindelijk winnen. De grote winkelketens in dhz hebben dus goede kansen als ze hun online-shops snel en goed optuigen. Wij hebben de data beschikbaar om een effectieve klimaatshop in de lucht te krijgen. Wij zetten het er graag voor je in, zodat jij snel kunt draaien."

Meer dan kachels

Het merk Qlima gaf de PVG-producten een stevige 'boost'. Kramer: "Met Zibro hield het bijna op bij kachels en petroleum, nu nemen retailers ook veel makkelijker producten als ontvochtigers op in het assortiment. Het aantal erkende Qlima-dealers stijgt dan ook. Waren vlaggen vroeger tailormade, nu zijn het bijna de standaard. Sommige winkels hebben spandoeken van 8x3 meter boven het schap hangen, claimen daarmee een heel dominante positie en vestigen zich zo als hét adres voor klimaatproducten." Dat kan ook makkelijk met een partij als PVG onder je leveranciers. "Wij zijn meesters in het ontzorgen", zegt Kramer. "Voor de kachels hebben we de besteleenheid van de oranje brandstofcans verlaagd van 45 naar 15. Daarmee is het kapitaalbeslag van onze dealers kleiner en voorkomen we dat ze aan het eind van het stookseizoen leeglopen en niet meer bijbestellen."

Qlima, hét klimaatmerk

Onder het merk Qlima verkoopt PVG ontvochtigers van enkele tientjes tot kachels van € 3.000. In ruim twintig landen verkochten ongeveer 15.000 dealers al meer dan 20 miljoen producten. Uitvoerige kwaliteitstests garanderen dat de producten voldoen aan alle eisen van TÜV, Kema, TNO, KIWA en alle andere relevante keurmerken. Daarmee biedt Qlima uitstekende kwaliteit voor de beste prijs.

Marc Nelissen