

Alternatief voor spijkers en schroeven

05-12-2016 15:27



Consumenten veranderen hun interieur steeds vaker. Dat bleek tesa in consumentenonderzoek van GfK. Stefaan Moonen legt uit: "Cocooning is een trend. Mensen willen van hun huis echt een gezellige plek maken. Decoratie speelt daarbij een belangrijke rol. In de lijn van het populaire Instagram willen ze mooie foto's aan de wand hangen. Maar wel steeds wisselende exemplaren." In de dhz-retail zoeken ze daarom naar zelfklevende oplossingen. Enerzijds omdat je die makkelijk kunt toepassen. Je hebt er geen boormachine en schroevendraaier voor nodig en hoeft niet om te kunnen gaan met dat gereedschap. Anderzijds laten verstelbare en zelfklevende oplossingen zich gemakkelijk en spoorloos verwijderen als je je lijstjes wilt verplaatsen.

Voor alle oppervlakken

Als je tenminste de producten uit het tesa Slim Montage Systeem gebruikt. Dat concept is gebaseerd op de 'learnings' uit het consumentenonderzoek. Moonen: "We vroegen wat een product moet kunnen, hoe we het zouden moeten verpakken, welke informatie we erbij moeten geven, wat het prijsniveau zou mogen zijn en wat we er op de winkelvloer mee zouden kunnen doen." Met al die informatie stelde tesa een concept samen. Allereerst gebaseerd op de bestaande Powerstrips-producten. Die waren al zelfklevend en verwijderbaar zonder sporen, maar vooral geschikt voor gladde oppervlakken. Moonen: "Naar wens van de consument

wilden we op verschillende ondergronden uit de voeten kunnen. Op gladde en transparante vlakken als ramen, op gladde wanden als tegels of metaal, op gevoelig en oneffen behang en pleisterwerk maar ook op grove buitenmuren.” De ingenieurs van tesa gingen aan de slag en slaagden er in voor de lastigste situaties een oplossing te vinden. “We hebben nu zelfs een lijm-product waarmee je een buitenlamp aan een buitenwand kunt bevestigen.” De buitenmuuroplossing is een lijmoplossing die na twaalf uur droog is en dan tot tien kilo per haak kan torsen. “Ons paradepaardje is het product voor op gevoelig en oneffen behang of pleisterwerk. Zonder de strip veel te verdikken, konden we een schuimlaag toevoegen die zich aan de ondergrond aanpast zonder sporen na te laten.”

Verschillende gewichtsklassen

Zo zijn er dus producten voor verschillende ondergronden. Ieder van die producten kent vervolgens uitvoeringen voor verschillende gewichtsklassen. Met de lichtste varianten kun je bijvoorbeeld ansichtkaarten en dergelijke ophangen. Voor lijstwerk heb je de zelfklevende spijkers en schroeven en voor zwaardere toepassingen zijn er dubbelzijdige montagetapes of lijmoplossingen. Moonen: “Met de matrix van ondergronden en gewichtsklassen komen we tot achtenveertig producten in een schap van één meter. Daarmee bieden we echt een volwaardig alternatief voor de traditionele spijkers en schroeven. Daarom willen we onze producten graag op die plek in de winkel presenteren. Daar waar de consument de oplossing zoekt.” Op dat point-of-sale vertelt tesa de consument alles wat hij wil weten. Bijvoorbeeld via een informatief touch screen waarin de klant in vier stappen het juiste product vindt. Zonder dat de hulp van personeel daarbij nodig is.

Awareness opwekken

Om de consument bekend te maken met de producten, start tesa in 2017 een forse reclamecampagne op alle ‘touch points’ van de consument. Op tv, in blogs, op YouTube, Facebook en andere social media. “Kijk maar eens op onze website naar de productzoeker, de gebruiksaanwijzingen en de klusideeën. We gaan de ‘awareness’ van de consument opwekken dat we een alternatief hebben voor spijkers en schroeven. Een zelfklevende oplossing die je gemakkelijk kunt aanbrengen en even gemakkelijk en zonder sporen weer kunt verwijderen”, zegt Moonen. “De ontwikkeling die we meer dan twintig jaar geleden inzetten met de Powerstrips zetten we nu breed door.”