

"We doen wat we zeggen en zeggen wat we doen"

28-08-2017 10:08



De merken Ceresit en PCI zijn ondergebracht in één divisie en vallen in de Benelux onder de verantwoordelijkheid van Senior Business Manager Wilfried Brouwer. Het merk Thomsit dat vloerbedekkingslijmen omvat, hoort bij een andere divisie.

Wilfried Brouwer: "We hebben goed gekeken naar wat we met welke producten kunnen en hoe we dat het beste kunnen ondersteunen. Soms had Ceresit of Thomsit een bepaald product wel en PCI niet of omgekeerd. Ceresit is in België van oudsher bijvoorbeeld heel sterk in zwembaden, terwijl wij met het merk PCI in Nederland veel zwembaden uitvoeren."

Snel en simpel

PCI voegde in de Benelux een selectie van het assortiment samen tot een standaardsysteem dat voor vele lijmklussen toepasbaar is. Dat maakt de productkeuze een stuk gemakkelijker. Marketingmanager Astrid Kucher: "We hebben het echt heel eenvoudig gehouden. Veel projecten kunnen standaard met dit systeem

worden uitgevoerd. Voor de bijzondere toepassingen hebben we gerichte specials, zoals PCI Flexmörtel S2 om te verlijmen op verse cementdekvloeren.”

Focus op waterdicht tegelwerk

De merken PCI en Ceresit vormen een sterke combinatie op het gebied van waterdicht tegelwerk. In de zwembadmarkt speelde het bedrijf al een grote rol die nu alleen maar steviger wordt. Brouwer: “Met name in de publieke zwembaden hebben we veel klandizie. We werken aan grote projecten, zomaar op vijf of zes plaatsen tegelijk. Onze focus en specialisme zijn belangrijke troeven. Het is belangrijk dat alle materialen perfect op elkaar afgestemd zijn. Wij bieden die combi’s.”

Kwaliteit, systeem en garantie

De markt van professionele tegelzetbedrijven veranderde de laatste jaren behoorlijk. De grotere bedrijven zijn afgeslankt in omvang en er zijn veel zzp’ers of kleinere bedrijfjes bijgekomen. Kucher: “Zulke klanten hebben andere behoeften en een ander klantprofiel. Ze willen nog steeds de hoogste kwaliteit en die bieden we met onze ‘Deutsche Gründlichkeit’. Ook tijdwinst is cruciaal en heel belangrijk. Onze producten boden zulke winst al, maar wij vertelden dat nooit zo duidelijk. Dat gaan we nu – samen met onze dealers – wél doen.” Als voorbeeld noemt ze de droogtijd van een paar uur ten opzichte van de soms twaalf of meer uren van vergelijkbare producten. “Een kortere droogtijd is meer snelheid en daardoor serieuze tijdwinst. Zulke productvoordelen gaan we uitlichten als verkoopargumenten voor onze dealers.”

Werken in systemen is bovendien heel belangrijk. Opdrachtgevers willen steeds vaker lange garantie op tegelwerk, vaak zelfs verzekerde garantie. Brouwer: “Dan kun je als verwerker niet aankomen met de tegellijm van de een en de waterdichte voegmortel van de ander. Verwerkers willen één aanspreekpunt, garantie én snelheid. Wij bieden dat allemaal. Werken ze met onze producten, dan scheelt dat zomaar twee of drie badkamers per jaar. Tel maar eens uit wat dat doet met omzet, marge en winst. Voor de verwerker én voor onze dealer net zo goed. Bovendien is BASF zo’n groot bedrijf dat je zeker weet dat het met de garantie wel goed zit”

Tijdwinst voor verwerker en eindklant

Opnieuw illustreren ze de tijdwinst die PCI kan bieden met productvoorbeelden. De snelle primer met een droogtijd van tien minuten zorgt dat je snel na het aanbrengen tegels kunt lijmen. Het nieuwste voegmateriaal is al na enkele uren beloopbaar. Brouwer: “Of de kimpasta. De onze is al na drie uur overwerkbaar. De meeste andere pas na zes tot twaalf uur. Dat scheelt behoorlijk in tijd en is een grote pré. Zeker als je als zzp’er in de privébadkamer van een particulier bezig bent.” Hetzelfde geldt voor de cementgebonden uitvlakmortel voor natte ruimtes. Die is na twee uur al overwerkbaar. Kucher: “Zo hebben onze innovaties voordelen voor iedereen in de keten. De verwerker kan er sneller mee werken en de eindklant heeft minder lang sores in zijn badkamer.”

Dubbele groeicijfers

Wat ook helpt, is een goed technisch advies in de voorbereiding van een project. Brouwer: “We hebben een bijzonder goed team in de binnen- en buitendienst voor de technische begeleiding. Het zijn allemaal kanjers waar we veel in geïnvesteerd hebben. Samen met hen hebben we veel in de markt gezaaid en kunnen we nu oogsten. We zijn gigantisch aan het groeien, met dubbele cijfers zelfs.” PCI haalt veel projecten binnen voor de handel en voor verwerkers. Niet altijd zelf, vaak in samenwerking met een tegelzetter. Wij zitten vaak al vroeg bij de architect aan tafel. Een deel van onze technische mensen is ex-tegelzetter. Zij kennen de valkuilen en weten waar je op moet letten. Dat is bij louter commerciële mensen niet altijd vanzelfsprekend.” Kucher: “Wat

ook belangrijk is, is dat we doen wat we zeggen en zeggen wat we doen. Eerlijk duurt het langst en wij weten dat de planning heilig is. Daarom zeggen we nee als we weten dat iets niet haalbaar is. Als de mogelijkheid er wel is, zetten we alles op alles om het toch te halen.

Nooit misgrijpen

Als projecten eenmaal gepland zijn, kunnen de tegelzetters snel aan de slag. PCI-producten die voor twaalf uur besteld zijn, zijn de volgende dag op de bouw. Brouwer raadt zijn partners in de handel altijd aan om ietsje meer voorraad te nemen. “Je hoeft echt niet alles van zes of zeven merken te hebben. Een beperkt kernassortiment kan gemakkelijk, maar neem daar dan wel voldoende voorraad van. Als een tegelzetter niet door kan, omdat hij één of twee zakken voegmortel tekort komt, heeft hij een probleem. Dat kun je als handelaar niet bestellen omdat de franco-waarde te laag is en de tegelzetter kan daar sowieso niet op wachten. Die moet door en gaat naar een ander of neemt een ander merk waarmee hij de garantie op het complete systeem in gevaar brengt.” Kucher: “Onze binnendienst krijgt regelmatig telefoontjes. ‘Waar kan ik even snel dit of dat kopen?’ Gelukkig zijn we breed vertegenwoordigd en kunnen we zo’n verwerker snel op weg helpen. Als je als dealer het juiste kernassortiment zelf voldoende op voorraad hebt, loop je zulke omzet nooit mis.”

Redactie Mixpress