

De meter voor de timmerman

29-11-2019 00:01



“75% van onze tijd besteden we aan het bezoeken van de eindverwerkers”, zegt verkoopdirecteur Paul van Mierlo. “Daar geven we advies en introduceren we werkwijzen. Eigenlijk bespreken we op die plek alles wat speelt.” Toch geeft hij aan dat Frencken de laatste tijd minder tijd aan handelaren heeft besteed, dat ze meer reactief te werk gingen. “Het zit niet in onze aard om te pushen naar de handel, daarom hebben we altijd voor een pullstrategie gekozen. We hebben al een marktleiderschap van 90% bij lijmen voor kozijnen en ramen en willen ook op andere vlakken goed scoren.”

Met de boodschap ‘als je voor Frencken kiest, dan weet je wie jouw concurrenten zijn’ kiest de dochteronderneming van Soudal voor specifieke lijmen voor de timmerman en de industriële verwerker. Waarbij ze niet breeduit gaan met distributie. Om de groothandel te ondersteunen bedachten ze ‘de meter voor de timmerman’, met daarin commodity’s en speciale lijmen. “Voor iedere klus bieden we een speciale lijm, waardoor de eindgebruiker snel zijn keuze kan maken. Zo moet hij het ook herkennen: als zijn schap.”

In dat schap staan producten die voldoen aan alle eisen en alle certificaten hebben. “Ook kokers constructielijm. De snelle en de gewone, maar wij hebben ook een vullende, supersnelle lijm waarbij de verbinding wordt opgebouwd. We bieden ook bruine én transparante lijmen.” Van Mierlo vertelt dat sommigen denken dat ze met hybride lijmkiten – zoals High Tack – houten constructies goed kunnen lijmen. “De ondergrens wat betreft eindsterkte is 10 N/mm², maar met hybride-lijmen wordt maar een deel van de vereiste sterktes gebruikt. Dus... niet geschikt voor houten constructies. Maar dat alles moet de klant wel weten.” Hij

geeft aan dat Frencken bewuste keuzes heeft gemaakt. “En deze meter is daarvoor het eerste initiatief.” Naast het schappenplan biedt Frencken daarbij training aan baliemedewerkers en vertegenwoordigers en zetten ze in op een intensieve samenwerking met de handelaren door hun klanten te bezoeken. En wat vinden deze dealers er eigenlijk van? MIXpro vroeg het aan vier dealers.

Probin Telder Kampen - Pieter Bram Woltjer

“Wij hebben al meer dan 25 jaar goede ervaringen met Frencken. Het is een topmerk voor houtverwerkers, ze leveren echt kwaliteit. Bij Frencken zijn ze innovatief in productontwikkeling en is ook de ondersteuning voor ons erg belangrijk. Ze geven goede tekst en uitleg en gaan mee naar klanten om uitleg te geven over de producten en toepassingen.”

“Het schap is nu een goede doorsnee van het assortiment. We hadden al een meter Frencken in de winkels staan, in de nieuwe schapindeling hebben we het aantal producten uitgebreid. Bijvoorbeeld met grootverpakkingen die we in ons magazijn hadden en met producten die we nog niet standaard op voorraad hadden. Voor zo’n uitbreiding staan we open, zij kunnen bovendien zien wat goed loopt en wat niet. De presentatie ziet er netjes en overzichtelijk uit, klanten kunnen makkelijk vinden wat ze zoeken. Daarbij kennen ze het merk Frencken goed.”

Burghouwt Drachten - Ronald de Bruin

“Sinds enkele maanden hebben we de presentatie van Frencken staan. Daarvoor hadden we het assortiment al, maar de presentatie was minder gestructureerd. Het liep wat meer door elkaar. Nu is het voor klanten veel duidelijker welk merk gevoerd wordt.”

“Toen we samen spraken over de invulling hadden we beide ideeën over de presentatie. Daarbij zijn we samen gekomen met als resultaat een prima werkbare oplossing. De communicatie en het meedenken vanuit Frencken is prima geweest. Ze zijn gespecialiseerd in houtlijmen en houtvulmiddelen, daar hebben we de klanten ook voor. Klanten reageren nu positief, de producten staan er veel beter bij en we bieden meer productinformatie. We blijven kijken naar het productaanbod, dat moeten we blijven doen om aan te sluiten bij de vraag van onze klanten. Wat dat betreft: een winkel is nooit af.”

Burghouwt Arnhem - Jeroen Grotenhuis

“Op dit moment zijn we onze nieuwe winkel aan het inrichten. In de huidige winkel hadden we al wat van Frencken staan, daar waren we al blij mee. Maar nu, met de nieuwe presentatie, verwachten we dat dit ons nog meer gaat brengen. Met een goede presentatie win je wat en sommige artikelen hebben we nu niet in de winkels staan. Ons assortiment wordt straks een stuk breder.”

“Frencken levert de presentatie en stelt de bijbehorende materialen ter beschikking. Leveranciers die deze presentaties leveren zijn altijd goed doordacht, wij krijgen dat zelf niet op dat niveau. Ze zorgen ook voor herkenning van het merk. Ook dat laatste is voor ons belangrijk, omdat we bij Burghouwt altijd voor A-merken zijn. En daar hoort Frencken ook bij. We proberen daarbij zo min mogelijk in merken te versnipperen. Tot nu toe zijn onze bevindingen goed, die kunnen met ‘de meter’ straks alleen maar beter worden.”

Mastermate Van Ree Alkmaar - Gerard Ligthart

“Voordat we de Meter voor de Timmerman in de winkel hadden, verkochten we al producten van Frencken. Dat deden we al 29 jaar, vaak verkochten we de producten vanuit ons magazijn. Sinds een half jaar hebben we de showroom omgebouwd en daarin hebben we nu een presentatie van Frencken staan.”

“Als klanten eenmaal de producten van Frencken gebruiken, dan blijven ze deze gebruiken. Er zijn nooit problemen. Het zijn vooral timmermannen en soms ook meubelmakers die de producten gebruiken. De meter bevalt prima, want klanten zien nu de producten. Daarbij hebben we wel de keuze gemaakt om met een ander

merk te stoppen. Klanten komen nu binnen voor een constructielijm, lopen naar het schap en lezen op de koker wat ze ermee kunnen. Heel simpel en het werkt. Naar de prijs wordt vaak niet gevraagd, maar die zijn vrijwel gelijk met de concurrenten. Ze zijn op zoek naar een probleemoplosser, dat verkoopt makkelijk. Alleen de naamsbekendheid is nog niet zo hoog als de concurrent, daar kunnen ze nog wat aan werken.”

admin