

Signify brengt slimme verlichting naar de massa

02-09-2021 18:57



Fatima Abasari en Jeroen van de Grint, marketing managers Benelux en binnen Signify verantwoordelijk voor verschillende smart propositities: "Om die ambitie waar te maken zijn verschillende merken voor verschillende doelgroepen, slimme distributiestrategieën en sterke verkoopconcepten nodig. Zorgen dat je aanwezig bent op de plek waar jouw doelgroep zich oriënteert en zijn aankopen doet. Daarvoor heeft Signify inmiddels een compleet assortiment waarbinnen de merken elkaar perfect aanvullen."

Smart home groeit hard

De afgelopen jaren is de ontwikkeling van smart home-toepassingen hard gegroeid. Bijna iedereen heeft tegenwoordig wel een smartphone en in veel huishoudens wordt al wel een of meerdere apparaten slim bediend. "Slimme verlichting is daarbij een van de best geadopteerde categorieën. Dat is deels te verklaren door het dagelijks gebruik van verlichting door consumenten, maar ook de extra waarde die ze zien door verlichting slim toe te passen."

Volgens Van de Grint heeft Signify ook actief bijgedragen aan die ontwikkeling. "Wij zijn vroegtijdig smart gaan claimen met een sterke productbeleving voor consumenten en jarenlange investeringen. Niet alleen in merkbekendheid maar ook door het uitleggen van de waarde en mogelijkheden van slimme verlichting. Wij zijn er trots op dat Philips Hue door consumenten in de Benelux als nummer 1 smart home-merk wordt geassocieerd. Boven merken als Apple, Samsung en Google."

Leidend met Philips Hue

"Met Philips Hue lopen we al jaren voorop en zijn we onderscheidend in de markt op het gebied van kwaliteit, gebruiksgemak en veiligheid. We bieden de diepste lichtervaringen en hebben een uitgebreide collectie binnen- en buitenverlichting, slimme schakelaars en sensoren die in elke ruimte en in elke stijl passen. Zo hebben we

inmiddels een portfolio van meer dan 300 producten in de Benelux", aldus Van de Grint. Omdat voor veel consumenten de aankoop van slimme verlichting nog een grote stap is, investeert Signify al jaren in het promoten van de categorie. Sterke merkcommunicatie en aanwezig zijn in de juiste kanalen met inspirerende retailpresentaties is hierin belangrijk voor de fabrikant.

Versnelling in slimme verlichting

De laatste anderhalf jaar is de markt van slimme verlichting in een stroomversnelling gekomen. Niet alleen de adoptie van Philips Hue is groots doorgroeid, maar ook dankzij laagdrempelige en relatief laaggeprijsde Wi-Fi-oplossingen zijn er veel nieuwe gebruikers van slimme verlichting. "Deze snelle marktverandering was voor ons aanleiding om naast Philips Hue een tweede platform te lanceren en ons bereik te vergroten, namelijk WiZ Connected. Een merk dat op het Wi-Fi-platform werkt en de basisfunctionaliteiten van slimme verlichting tegen een laagdrempelige prijs aanbiedt", zegt Abasari, die toevoegt dat de privacy-standaarden hoger zijn dan bij veel andere low-end merken.

Een succesvolle introductie, zo bleek. "We zien in de marktdata dat WiZ voor het DIY-kanaal het leidende Wifi-alternatief is met als enige merk een brede distributie. Met een gemiddelde prijsrealisatie van € 15 voegt WiZ ook meer waarde toe voor de retail in vergelijking met prijzen van € 7 tot € 10 van overige aanbieders."

50% penetratie in 2025

Ook ziet Signify dat van kannibalisatie geen sprake is. Abasari: "We zien dat WiZ volledig bovenop Hue komt en we hiermee een optimaal aanbod hebben om het meeste uit de markt te halen. Waarin wij als retailpartner een balans zullen houden tussen waardecreatie en het aanzetten tot marktversnelling. Zo positioneren we WiZ ook in de markt. Met als uiteindelijke ambitie dus dat binnen vier jaar in de helft van de huishoudens een slimme lamp wordt gebruikt." Volgens Abasari en Van de Grint heeft Signify met Philips Hue en WiZ Connected alles in huis om iedere doelgroep te bereiken. "Met Philips Hue richten we ons op de innovatieve shopper en pionier oftewel tech- en lifestyle georiënteerde consumenten. Zij zoeken de nieuwste snufjes, personalisering, brede mogelijkheden en de hoogste kwaliteit en zijn bereid hier ook meer voor te betalen", zegt Van de Grint.

Grote kansen bij massa

Naast de early adopter vormt de massa, de meer praktische consumenten, een grote groep waar momenteel nog veel kansen liggen. Abasari: "Voor deze consumenten zijn functionaliteit en laagdrempeligheid erg belangrijk en hoeft het niet te technisch. Een goede prijs-kwaliteitverhouding is voor deze groep doorslaggevend, net als een brede beschikbaarheid. Dat speelt allemaal een grote rol in het vertrouwen in een merk. Hierop sluit WiZ Connected als platform perfect aan."

WiZ Connected 'beste en makkelijkste'

WiZ Connected is erg populair onder consumenten. "Van alle gebruikers die WiZ en een ander systeem, in de prijsrange van € 7 tot € 15 proberen, ervaart 82% WiZ Connected als beste en makkelijkste in gebruik. We investeren veel tijd en geld in het aanbieden van de beste consumentenervaring voor de massa doelgroep. Daarom breiden we ook verder uit met armaturen om deze doelgroep nog beter te bedienen. Daarbij kunnen ook private label of andere merken aansluiten omdat het een open platform is. Dat zorgt voor grote compatibiliteit voor consumenten."

Philips Smart LED in DIY

De specialist voegt in september een derde merk toe. "Met Philips Smart LED, dat werkt op het WiZ platform, bieden we een enorm waardevolle toevoeging voor de connected markt om de echte massa in beweging te krijgen en te converteren naar slimme verlichting." De barrière om een nieuwe technologie uit te proberen is nu eenmaal kleiner als hier een vertrouwd en sterk merk achter schuilt, en vooral als dit tegen toegankelijke prijzen gebeurt.

Philips Smart LED bestaat vooralsnog uit een assortiment slimme lampen die selectief en o.a. verkrijgbaar zijn binnen het DIY en food-kanaal. Abasari. "Daar kunnen we de consumenten die nog geen slimme verlichting hebben optimaal onderscheppen. We focussen hierbij bewust op de offline journey en in het lichtbronnenschap omdat hier de massa komt om zijn of haar kapotte en nog niet slimme lamp te vervangen." WiZ Connected wordt met name online en in elektronica-zaken als alternatief voor Philips Hue aangeboden.

Blijven ontwikkelen en innoveren

De verlichtingsmarkt biedt momenteel mooie kansen en er is nog veel ruimte om de categorie te vergroten, zo concluderen Abasari en Van de Grint. "We zien vrijwel geen kannibalisatie momenteel in de markt en dit bewijst dat we te maken hebben met verschillende doelgroepen die elk een andere beleving en gebruikservaring zoeken. Met Hue als marktleider en pionier blijven we de categorie verder ontwikkelen en waarde toevoegen. WiZ en Philips Smart LED bieden de mogelijkheid om versneld consumenten te bereiken die niet op het premium niveau van Hue instappen. We blijven doorontwikkelen en innoveren en komen de komende maanden ook met mooie uitbreidingen! Samen met onze retailpartners gaan we voor 50 procent penetratie binnen slimme verlichting, en dat voor 2025!"

Signify, Eindhoven, 040.275.00.00, info@signify.com, www.signify.com

Redactie