

Sigma Coatings blijft innoveren

28-09-2018 00:04



Wat hebben de innovaties jullie gebracht?

Sigma Coatings is de afgelopen jaren hard gegroeid binnen zowel het professionele als VBS-kanaal. Volgens Marnix Elbers (National Accountmanager) komt dit niet alleen door de mooie innovaties maar ook door de manier waarop zij ze ondersteunen.

Raymond Mas (Head of marketing Benelux) vult aan "bij innovaties moet je de consument iets vertellen. Sigma Coatings werkt hierin nauw samen met VBS'ers. Wij willen niet alleen de kracht van Sigma Coatings en de winkels aan elkaar verbinden, maar ook direct behoefte creëren bij de consument. We benaderen de consument van alle kanten; denk hiervoor aan onze bekende landelijke marketing campagnes.

Met deze campagnes creëren we ook traffic voor de VBS-winkels. Dit levert een win-winsituatie op voor zowel consument, VBS-winkels als Sigma Coatings. De groei die het ons allen oplevert, is voor ons een belangrijk signaal dat we hiermee door moeten gaan".

Dus ondersteuning is belangrijk maar dat is niet de enige key tot succes toch?

We willen onze klanten helpen met producten die de juiste toegevoegde waarde bieden. Raymond Mas vertelt hierover dat PPG veel aandacht besteedt aan het verkrijgen van inzichten in de consument. "Hoe kunnen wij consumenten zoveel mogelijk helpen? Op basis hiervan worden producten geïntroduceerd die toegevoegde waarde leveren voor de consument. Denk aan S2U Nova traplak met anti slip technologie, Pearl Clean

reinigbare muurverf, Air Pure luchtzuiverende muurverf en beschrijfbare Memo Paint. Bij al onze innovaties en campagnes staat de consument dus centraal.”

Wat betekent dit voor het VBS-kanaal?

Marnix Elbers: “Het is belangrijk om de innovaties lokaal goed door te vertalen. Dit doen we door een perfecte executie op de winkelvloer. Hiervoor investeren we in mooie Point of Sale materialen. Zo hebben we displays met stalen zodat de consument het product in de winkel kan uitproberen. Of laten we middels mooie presentaties zien wat het eindresultaat is. Zo bieden we de winkels goede ondersteuning in hun verhaal richting de consument.”

Maar niet alleen instore kunnen de campagnes doorvertaald worden. “We bieden onze VBS-winkels ook gepersonaliseerde flyers, abri’s en billboards zodat ze hun zichtbaarheid in hun verzorgingsgebied kunnen vergroten. Op deze manier wordt extra traffic en omzet gegenereerd.”

“Bovendien zijn we groot voorstander van kennis en getraind personeel. We bieden onze winkels dan ook diverse product- en verf trainingen aan. Bijvoorbeeld online trainingen, gericht op producten maar ook op kleur. Met deze opgedane kennis kunnen onze klanten de consument nog beter adviseren voor zijn/ haar klus. Dit levert de toegevoegde waarde die de specifieke doelgroep in het VBS-kanaal zoekt en verwacht.”

Raymond Mas vult hierbij aan dat consumenten vaak onzeker zijn over welk product zij moeten gebruiken voor welke klus. “Wij hebben daarom de meest voorkomende klussen in beeld gebracht en hier de beste producten bij gezocht. Ook dit hebben we mooi vertaald naar de winkelvloer door middel van een display waarin alle klussen gepresenteerd staan. Per klus staat er dan bij welk product voor deze klus het beste resultaat biedt. Deze klusinsteek is ook beschikbaar als folder welke gepersonaliseerd huis-aan-huis verspreid kan worden in het verzorgingsgebied van de VBS-winkel.”

“Voordeel voor de consument: het wegnemen van onzekerheid over de klus. Voordeel voor de retailer: volledige aandacht voor de meer specifieke klus gerelateerde producten die hen juist toegevoegde waarde bieden. Denk bijvoorbeeld aan schimmelbestendige matte muurverf die perfect geschikt is voor vochtige ruimtes zoals badkamers. Maar ook onze dekkende muurvoorstrijk die baanvorming en strepen voorkomt.”

Laatste nieuws....

“We hadden het al over de net geïntroduceerde Sigma Memo Paint waarmee bijvoorbeeld deuren, muren en tafels beschrijfbaar worden. De creatieve mogelijkheden hiermee zijn eindeloos.

Vanaf eind oktober komen we met een nieuwe muurverf, Sigma StainAway. De naam zegt het al, deze verf is sterker dan vlekken en helpt bijvoorbeeld tegen waterschade of roetvlekken. Dit product hecht zelfs zonder voorstrijk. Het is geschikt voor muren en plafonds en in veel kleuren te mengen. Ook met dit product zetten we de klus en daarmee de consument centraal.” Marnix Elbers vult aan, “speciaal voor onze winkels hebben we een display ontwikkeld waarop het effect van deze verf goed te zien is.

Dit betekent dat de winkel op een gemakkelijkere manier deze vraag kan creëren en oplossen.”

Coming soon

maar ook in 2019 blijven we de VBS-winkels helpen met nieuwe producten die ervoor zullen zorgen dat het VBS-kanaal zich nog beter kan onderscheiden...