

TU beproeft eigen-merk-kracht

23-12-2020 07:00



Onlangs introduceerde Technische Unie met veel rumoer [het eigen merk handgereedschap Trade Force](#). Een merk van moederbedrijf Sonépar dat TU vanaf het begin omarmd heeft met veel vertrouwen.

A-merken er niet uitdrukken

"We zijn er heel enthousiast over", zegt [marketingdirecteur Remco Tolsma in een uitgebreid interview met MIXpro](#). "We zagen dat we een gat in ons gereedschap-assortiment hadden op de instap van betaalbare hoogwaardige gereedschappen. We zijn er dus geenszins op uit de A-merken eruit te drukken. Albert Heijn drukt Calvé pindakaas er niet uit met haar eigen merk. Ze verkopen juist Calvé doordat ze ook een eigen merk aanbieden. En precies zo geloven wij dat we met Trade Force als aanvulling de hele categorie beter maken en zo een serieuze rol als verkoper van gereedschappen voor onze klanten kunnen spelen."

"Gebaat bij hoogste conversie"

Maar Technische Unie kan klanten dan online toch veel makkelijker naar Trade Force sturen dan naar de A-merken? Tolsma lacht: "Zoals altijd stellen we de klant centraal. Iemand die bij ons nooit gereedschap koopt, presenteren we misschien Trade Force als eerste. Maar een installateur die altijd Knipex of Altrex koopt, krijgt dát als eerste te zien. We zijn uiteindelijk gebaat bij de hoogste conversie en gaan klanten niet lastigvallen met spullen die hij niet wil."

More to come

De serie handgereedschap is trouwens pas de start van Trade Focé. Het merk wordt dieper in handgereedschap en breder in andere productgroepen. “We gaan heel nauwkeurig bekijken in elke categorie welke gaten we in het aanbod van onze huidige leveranciers kunnen afdekken met dit sterke merk.”

Dit is een fragment uit [een uitgebreid MIXpro-interview met Remco Tolsma, marketingdirecteur van Technische Unie: "TU kan nog volop groeien"](#)

Redactie