

# Retail kan profiteren van positie in nieuwbouw

Themans' S2-concept van hang- en sluitwerk is uniek in zijn volledigheid, functionele eigenschappen en verwerkbaarheid. En dat pakket komt nu ook in een geblisterd schappenplan beschikbaar voor bouwmarkten en bouwshops. Het doel: de eindgebruiker in de markt van vervanging, renovatie en herstel nog makkelijker overtuigen van de specifieke voordelen.

"S2 is een complete range hang- en sluitwerkproducten voor deuren en ramen in alle uitvoeringen en gradaties", toont Themans-directeur Toine Vogels. "Het merk S2 Safe & Secure is inmiddels een gevestigde naam in de nieuwbouw. Maar we richten het tot dusverre voornamelijk op de verwerkende industrie, zoals buitendeurproducenten en timmerfabrikanten. Met ons nieuwe blisterconcept willen we het merk ook een prominente plaats geven bij kleinere verwerkers, zoals aannemers, zzp'ers en zelfs bij particulieren", legt Vogels uit. "De nieuwbouw van vandaag is de uitbreiding van morgen en de vervanging van overmorgen."

## Uitbreiding doelgroepen

Een smal assortiment S2-producten is al langer in de bouwshops beschikbaar. Maar de markt biedt grotere kansen: "Retail en bouwmaterialenhandel vroegen ons of we S2-producten toegankelijker kunnen maken voor kleine aannemers, zzp'ers en particulieren", pakt mede-directeur Cor van Brouwershaven over. "Onze producten liggen daar soms al, maar vaak niet zo goed herkenbaar, in een omdoos van 12 stuks en dan ook nog onderin het 'herniaschap'."

## Schappositie is cruciaal

Vergeleken met andere producten uit de onderste schappen, verkopen de S2-producten prima. Maar ten opzichte van de producten op A-posities, kan het resultaat beter. Vogels: "Volgens onze stellige overtuiging ligt dat puur aan de schappositie. Als S2 daar zou hangen, zou het veel beter verkopen. Want ons assortiment is breder en completer, onze modulaire opbouw is uniek, de functionele eigenschappen zijn top, net als de prijs."

## Visuele oriëntatie

Die overtuiging, plus de vragen uit de markt zetten Themans aan tot de ontwikkeling van een blisterconcept met een paar unieke eigenschappen. Vogels: "Ten eerste is het concept heel strak en herkenbaar. Alle blisters hebben consequent dezelfde rode boven- en onderbalk. Daarnaast is het heel visueel geïoriënteerd. *What you see, is what you get*. De producten zijn altijd zichtbaar en herken-



baar en we tonen geen lappen tekst, maar pictogrammen over functie, toepassing, veiligheid (SKG), kwaliteit en snelle verwerkbaarheid. Ook tonen we klanten met slimme QR-codes bijvoorbeeld de link met aanverwante producten."

## Optimaal rendement

Het lijnenspel toont 'als ik het hier niet vind, vind ik het nergens' en trekt de klant naar het schap, waar hij gemakkelijk zijn weg in kan vinden. Van Brouwershaven: "Maar we hebben ook aan de retailer gedacht. Ons concept is completer dan dat van alle concurrenten, tot de freesmallen aan toe. En we kunnen er heel flexibel opbouwen. Onze blisters zijn – net als onze producten zelf – ook modulair. Daardoor kunnen we heel gemakkelijk het schappenplan optimaliseren op basis van actueel aankoopgedrag ter plaatse. Zonder dat er na wisselingen dure lege plekken in het schap ontstaan."

## Wisselwerking

Met dit nieuwe schappenplan wil Themans een nieuwe markt aanboren voor S2. Maar tegelijkertijd staat het blisterconcept natuurlijk ook ten dienst van bestaande klanten. Vogels: "Als een ijzerwarenhandelaar een blisterconcept in zijn shop wil plaatsen, doen we dat natuurlijk heel graag. Hij kan bij uitstek de wisselwerking creëren tussen de snelle zelfstandige klant die zelf zijn keuze maakt uit het schap en de slimme omdozen en grootverpakkingen uit het 'herniaschap' of het magazijn."

## Cirkel rond

Over de naamsbekendheid van S2 zitten Vogels en Van Brouwershaven niet in. "In dhz zijn we misschien nieuw, maar in nieuwbouw niet. We zijn daar al 10 jaar actief en hebben er een bewezen positie die vertrouwen wekt. En daar werkt de uitstraling van onze producten en de blisters aan mee." Sterker nog: als S2 een stevige positie verwerft in de bouwmarkten en bouwshops, zal dat toepassing bij nieuwbouw een boost geven, stelt Vogels. "Verkrijgbaarheid bij renovatie en latere vervanging of uitbreiding, is een pre voor nieuwbouw. En als de S2-positie in nieuwbouw nog verder groeit, plukt dhz daar ook weer vruchten van en komt het merk en zijn wederverkopers in een opwaartse spiraal."