

MERKEN

STEEDS BELANGRIJKER
IN DE BOUW

Wim Bak is mede-eigenaar van een bouwmarketingbureau met de naam Merkvast. Deze naam is niet voor niets gekozen. “We proberen met onze klanten in bouwtoelevering en vastgoed sterke merken te ontwikkelen. Sterke merken creëren merkvaste afnemers. In de bouw kiest 80% van de aannemers en installateurs voor vaste merken.”



Merken spelen in de bouw een hele belangrijke rol. Want een merk in de bouw is een bedrijf, product of dienst waarvan de aannemer of installateur weet hoe het er uit ziet, wat de constante kwaliteit, service of prijs is in verhouding tot andere merken. Een merk creëert onderscheidend vermogen. Een merk is een belofte. ‘Practice what you preach’ is daarom het allerbelangrijkste adagium voor merken. Zeker in de bouw. Maar omgekeerd moeten merken vertellen wat ze betekenen en kunnen betekenen voor afnemers. Zoals Ike doet op de Makita-website. Je kunt ‘m vragen stellen en hij laat online zien hoe machines werken en biedt praktijkoplossingen. ‘Doen wat je belooft.’

FEITEN EN CIJFERS

Merken hebben dus een functie. Ze moeten een bedrijf, product of dienst onderscheidend maken van andere producten in dezelfde categorie. De merkentrouw blijft steeds maar verder maar toenemen. Uit onderzoek onder aannemers en installateurs blijkt dat deze sinds 2014 weer met 10% is gestegen. In 2018 kiest ruim 80% van de bouw voor een merk dat hij kent. En als de groothandel dat merk niet heeft rijdt ruim 60% er zelfs voor om.

**BOSCH**

Technologie voor het leven

ProCORE18V

Ervaar een nieuwe dimensie van kracht!

Bosch Professional ProCORE18V

Compacter

Krachtiger

Duurzamer

Compatibel

Met de revolutionaire ProCORE18V reeks lanceren we onze sterkste accu's ooit!
De nieuwste accu-technologie levert een ongekend hoog vermogen voor alle mogelijke toepassingen.
En het superieure warmtemanagement met COOLPACK 2.0 technologie zorgt voor een extreem lange looptijd en levensduur.

Bovendien zijn de ProCORE18V accu's dankzij het Flexible Power System 100% compatibel met alle nieuwe en bestaande 18 V Bosch Professional machines en laders. En met de drie ProCORE18V varianten Compact, Performance en Endurance heb je als vakman altijd de juiste kracht en looptijd bij de hand. Dus ervaar deze nieuwe dimensie van kracht nu zelf!

Kijk voor meer informatie over deze nieuwe dimensie van kracht op:

www.bosch-professional.com/nl/nl/procore18v/

4.0 Ah

8.0 Ah

12.0 Ah

Compact

Performance

Endurance

GARANTIE, KWALITEIT EN VERWERKING

Omdat constante kwaliteit en productgaranties in de bouw ontzettend belangrijk zijn, zijn merken logischerwijs ook belangrijk. Een sterk merk biedt blind vertrouwen. Bouwers kunnen niet voor elke klus weer nieuwe producten proberen. Door praktijkervaring met het product, de service, de duurzaamheid en de (ver)werking hebben merken voorkeuren bij afnemers opgebouwd. Rationeel én emotioneel. Gespecialiseerde bedrijven zoals studadoors, kitters en tegelzetters hebben sterke merkvoorkeuren. Merken waar ze jaar in jaar uit dagelijks mee werken. Dat gaat echt ver. Ze zweren bij hún merk.

KEUZEPROCES

Maar ook voor de grote groep aannemers, ZZP'ers en klusbedrijven zijn merken belangrijk. Vaak is voor hen de klus het uitgangspunt, dan wordt gekeken naar de specifieke toepassing, dan naar de groothandel en uiteindelijk naar het merk. Neem het verlijmen van plinten. Dat wil je doen met montagekit waarbij je in jouw DESTIL-vestiging kunt kiezen tussen bijvoorbeeld de merken Den Braven, Polymax of een ander merk. Afhankelijk van de gewenste kwaliteit, duurzaamheid en productgaranties die op de klus van toepassing zijn heeft prijs minder invloed en worden merken belangrijker. Ooit deed ik onderzoek voor een kitfabrikant die de omzet van een lijmkit vond tegenvallen. De kit was minimaal even goed als de concurrerende, maar veel goedkoper. Toen de fabrikant de schapprijs gelijk trok met die van de duurdere concurrent, steeg ook z'n omzet. Klanten moeten gedacht hebben: "Voor zo'n belangrijke klus pak ik die duurdere kit. Die zal wel beter zijn".

OPDRACHTGEVERS

Vergis je ook niet in de opdrachtgever. Die stelt steeds hogere eisen aan kwaliteit van z'n bouwwerk. Ze willen dat er door bekwame vakmannen met goede producten wordt gewerkt. Ook zij kennen vaak de sterke merken in de bouw. En merken worden genoemd in bestekken. Merkfabrikanten spelen hier op in door ook bij opdrachtgevers merkvoorkeur te creëren. Ik verwacht in deze lijn dat een aantal merken ook verwerking gaan aanbieden. VerMerking als het ware. Natuurlijk speelt prijs een rol, maar ik zie steeds vaker dat kwaliteit en lange termijnkosten de doorslag geven. De wetgeving in de bouw gaat hier op inspelen. Het risico verschuift in de nabije toekomst van de opdrachtgever naar de bouw. Productkwaliteit van sterke merken staat dan weer centraal. De merkbeloofte wordt steeds belangrijker.

MEDEWERKERS EN HET MERK

Wat vaak vergeten wordt, zijn de medewerkers van de merken. Zij zijn belangrijk in de beleving van het merk. De groothandel is ook een merk. De veelgehoorde uitdrukking binnen de bouwgroothandel 'De vent is de tent' zegt genoeg. Je kunt alles nog zo goed geregeld hebben, maar de medewerkers van het merk DESTIL zijn het dagelijks contact van de aannemers, specialisten en klusbedrijven. 'Relatie en advies' staan naast prijs en logistiek daarom nog steeds in de top drie van keuzecriteria van de bouw richting zijn groothandel. Merken bouwen blijft mensenwerk.

“Sterke
merken
creëren
merkvaste
afnemers”