

Bart Weijers begon zijn loopbaan in wonen in 1975 bij groothandel Vihamij Buttinger en maakte in 1978 de overstap naar Ucosan Sanitair. Gedurende 16 jr. was hij verantwoordelijk voor Ucosan in Nederland. Van 1996 t/m 2002 was hij algemeen directeur van ALMAT Keukens in Oisterwijk. In 1990 was hij een van de initiatiefnemers achter de Vereniging Comfortabel Wonen waarvan hij in de periode 1997 t/m 2012 voorzitter was. Sinds 2013 is hij parttime directeur van deze vereniging. Daarnaast is hij werkzaam bij AMWEKO BV, het in de afbouwbranche gespecialiseerde marketing adviesbureau. Voor meer informatie kijk op www.amweko.nl

Zijn uw kerstplannen al klaar?

Terwijl ik dit schrijf moet de zomer nog beginnen en hebben we de bijzondere winter die tot in April door ging nog vers in het geheugen. Grote kans dat u helemaal nog niet aan de kerst wilt denken. Ik eigenlijk ook niet maar toch reik ik u vast wat suggesties aan voor die periode. Want de maanden vliegen toch altijd veel sneller voorbij dan u en ik willen en denken. Als u speciale promotie plannen wilt uitvoeren in de decembermaand dan is het heel verstandig daar nu vast aan te beginnen. Een goede voorbereiding is tenslotte nog steeds het halve werk en wanneer iedereen die bij uw plannen betrokken is tijdig aan de slag gezet kan worden voorkomt dat stress die zonder meer toeslaat als alles op het laatste moment geregeld moet worden.

Hoe gaat uw kerstboodschap er dit jaar uitzien? Worden het weer de bekende advertenties maar dan voorzien van kerstballen en kerstmannen? Of gaat u nu een keer het roer omgooien en organiseert u een effectieve direct mail actie voor bestaande en nieuwe klanten. Voor een dergelijke aanpak zijn voldoende aanknopingspunten te bedenken maar alvorens daar wat meer over te schrijven eerst even uw geheugen opfrissen.

Voor een goede direct mail actie is het van het grootste belang dat u over goede adressen beschikt van mogelijke nieuwe klanten. Maar vergeet ook uw "oude" klanten niet want als die tevreden zijn werken ze als een ambassadeur voor uw bedrijf. Adressen van mogelijke nieuwe klanten vergaart u o.a. op de volgende manieren:

- Noteer het adres van elke bezoeker aan uw showroom
- Registreer het adres van een ieder die informatie bij u vraagt
- Oude klanten kunnen weer nieuwe klanten worden, ongekende mogelijkheden
- Buren van klanten hebben ook vaak koopplannen
- Zijn er oudere woningen die gerenoveerd moeten worden
- Koop adressen van gespecialiseerde adresleveranciers
- Zoek huizen die te koop staan en kijk of u de nieuwe bewoner kunt traceren.
- Monteurs zijn vaak hele goede bronnen, zij zien en horen veel.
- Zorg voor een uitstekende website met reactieformulier.

En als u dan de adressen op een rij heeft dan wordt het tijd voor de keuze van uw kerstactie. Ik reik u een paar suggesties aan met elk een geheel andere strekking. Misschien heeft u wel een heel ander idee. Prima, want u moet een actie kiezen die 100% bij u past en voor de een is dat een actie met veel gezelligheid, voor de ander meer een actie met een serieuze ondertoon en weer een ander zal kiezen voor een sterk commercieel getinte opzet.

Bezoek de expositie van regionale kunstschilders bij van der Wiel Keukens in Lisse.

U zult verbaasd staan hoeveel creativiteit er in de regio blijkt te zijn op allerhande terrein. Maak een keuze voor bijv schilderkunst en zet in de plaatselijke krant een oproep om mee te doen aan een gratis expositie gedurende de decembermaand. Uit de vele aanmeldingen die u zullen bereiken kiest u één of meerdere kunstschilders en van hun werk maakt u een expositie. Nodig uw klanten met een aangepaste direct mail actie, die aansluit op de expositie uit om bijv van 13 t/m 23 december te komen kijken in uw showroom. En natuurlijk vermeld u erbij dat de nieuwe keukens en/of badkamers ook te bewonderen zijn. De plaatselijke pers zal graag redactionele aandacht (is gratis publiciteit) aan uw actie besteden als u hen er tijdig bij betreft. Als uw bedrijf wat meer gewend is keukens via mond tot mond reclame en/of in de relatie sfeer te verkopen is dit een mooie subtiele manier om extra onder de aandacht te komen.

Bezoek de Keuken Tiendaagse van 13 t/m 23 december bij Meer Keukens in Den Haag.

Wilt u er wat meer commercie in, uitstekend idee. Als dat goed bij uw normale verkoop aanpak past is daar beslist niets op tegen. Organiseer eens een Keuken Tiendaagse of als u dat leuker vindt klinken een Tiendaagse KeukenMarathon. Gedurende 10 dagen is uw showroom bijv. van 14.00 tot 22.00 uur geopend en uw relaties worden via een brief uitgenodigd te komen. Belt u de mogelijk nieuwe keuken kopers vooraf nog even op dan kunt u een concrete tijdsafspraken maken en heeft u de agenda strak in de vingers. Verkopen is helpen kopen en u zult verrast zijn hoeveel mensen graag geleid worden naar de koopdaad, als u maar initiatief neemt.

Ontwerp uw nieuwe badkamer en win een gratis reis voor 2 pers. naar Spa België.

Een vertrouwde manier om bezoekers te trekken is een leuke actie waarbij wat te winnen valt. Maar dan natuurlijk wel op een manier dat u er ook voordeel bij heeft. Met een ontwerpactie krijgt u een grote hoeveelheid adressen van consumenten die eigenlijk wel wat met de badkamer of keukens zouden willen doen. U krijgt tegelijkertijd veel informatie over wensen, ruimten, mogelijkheden etc. waar u al tijdens de actie direct op in kunt haken. Het is een prima vertrekpunt om tot verkoop te komen. En wie de prijs wint? Dat zou ik een ander laten bepalen, bijv. de wethouder voor volkshuisvesting. Ook daar kunt u publiciteit mee maken en niemand kijkt u scheef aan als de prijs op een lastige plek valt.

Ik ben benieuwd welke kerstactie u dit jaar gaat houden. In elk geval wens ik u veel succes en inspiratie bij de voorbereidingen en natuurlijk met de uitvoering.

Wilt u reageren mail dan naar bcweijers@amweko.nl