

Eisma oktober 2011

Verdwaald commercieel denken

De timmerindustrie of houtbranche zou “verdwaald” zijn vanuit hun technische achtergrond en veel te weinig commercieel denken. Er zou meer tijd gestoken moeten worden aan het positioneren van hun product in de markt net als de concurrentie welke met andere grondstoffen werkt zoals o.a. kunststof en aluminium. Veel meer uitstralen dat het product goed en duurzaam is en dit vooral de markt inpompen.

Ik kan me hier voor een deel wel in vinden. Je moet altijd uitgaan van je eigen kracht. Voorwaarde is dan wel dat deze “eigen kracht” technisch wel goed onderbouwd is en niet alleen een mooi verhaal op papier, in mooie gladde verkoopbrochures.

Je kunt hier dus ook in doorslaan wil ik er maar mee aangeven. Menige klant blijkt namelijk door de mooie brochures te worden overtuigd hoe goed het allemaal wel niet is. Als je echter doorvraagt naar de meer technische achtergrond en onderbouwingen wordt het veelal minder overtuigend.

Ik heb meerdere projecten gezien waarbij dit speelde. In Rotterdam is bijvoorbeeld een geheel nieuw gebouw neergezet waarbij vooral commercieel is gedacht. De aannemer dacht een mooi product, met minder onderhoud en waarschijnlijk goedkoper dan een Nederlands houtproduct toe te kunnen passen. Dit omdat volgens documentatie het aan alle technische eisen voldeed en goed commercieel was gepositioneerd. Toen het product geleverd en geplaatst was bleek de onderbouwing niet geheel waterdicht en ontbraken er belangrijke zaken.

Het gevolg is dat alle kozijnen nu, direct na ingebruikname er weer uit moeten en vervangen gaan worden door een product van een andere grondstof.

Bij te veel commercieel denken zonder technische achtergrond verdwaalt de markt zeer zeker ook.

René Hillebrink
SHR