

Best Wool Carpets

Was man über Wollteppichboden wissen muss

Vertriebsleiter Jhon Campo stellt die Wool Academy von Best Wool Carpets vor. Sie soll dem Handel die nötige Sicherheit beim Verkauf von Wollteppichböden geben. Über die neu gestaltete Webseite und eine App wendet man sich erstmals auch direkt an Endverbraucher.



Mit der überarbeiteten Webseite spricht Best Wool Carpets in Zukunft auch den Endverbraucher an: www.bestwoolcarpets.nl

BTH Heimtex: Wie verkauft man ein so hochwertiges und vergleichsweise hochpreisiges Produkt wie Ihre Wollteppichböden und -teppiche ?

Jhon Campo: Mit Herzblut und mit dem nötigen Fachwissen.

BTH Heimtex: Verfügt der Handel über beides ?

Campo: Ja, unsere Partner im Handel tun das. Aber was das Fachwissen angeht, gibt es immer noch etwas, das man nicht weiß. Deshalb starten wir im kommenden Jahr unsere Wool Academy, ein Schulungsprogramm für den Fachhandel.

BTH Heimtex: Müssen Ihre Händler dann alle zu Ihnen nach Best in die Niederlande kommen ?

Campo: Nein, die Wool Academy kommt zu ihnen. Es handelt sich dabei um eine Software auf den Laptops unseres Außendienstes.

BTH Heimtex: Wie viele Außendienstler sind für Sie in Deutschland unterwegs ?

Campo: Wir arbeiten hier mit sechs freien Handelsvertretern zusammen. Diese werden wir auf das Programm schulen, das gemeinsam mit unserem neuseeländischen Wolllieferanten entwickelt wurde. Es ist ungefähr eine Stunde lang und kann bei einem Besuch des Vertreters gemeinsam mit dem Fachhändler und seinen Angestellten durchgegangen werden. Anschließend wissen die Teilnehmer mehr über den Rohstoff Wolle und das Produkt Wollteppichboden.

Wir haben uns übrigens bewusst dafür entschieden, die Schulung von unseren Vertretern durchführen zu lassen. Der direkte Kontakt spielt hier eine große Rolle. Und die Händler können bei Bedarf nachfragen. Darin sehe ich einen wesentlichen Vorteil dieser persönlichen Schulung.

BTH Heimtex: Entstehen dem Händler dadurch Kosten ?

Campo: Nein, die Teilnahme ist kostenlos. Man muss sich lediglich die Zeit dafür nehmen. Aber ich bin überzeugt davon, dass sich das auszahlt, denn man bekommt dadurch zusätzliche Sicherheit für das Verkaufsgespräch. Und nur wer sich bei einem Produkt sicher fühlt, kann es auch gut verkaufen. Und wer größere Sicherheit hat, kann besser verkaufen.

BTH Heimtex: Wie kann sich der Händler für die Wool Academy anmelden ?

Campo: Über unsere Handelsvertreter. Oder auch bei einem Besuch unseres Messestandes auf der Domotex im Januar in Hannover.

Dort werden wir noch ein weiteres Wissenstool vorstellen: unsere neue Wool App. Sie enthält ebenfalls Informationen über unsere Produkte. Der Händler kann sie im Beratungsgespräch einsetzen. Aber der Kunde kann sie auch auf sein Tablet oder Smartphone laden und privat daheim nutzen.

Ein für den Endverbraucher besonders interessantes Feature sind dabei die Informationen zum Thema Reinigung. Da gibt es immer noch viele Vorbehalte gegenüber Wollteppichboden. Stichwort Rotwein, der offenbar ausschließlich auf hellen Wollteppichböden umkippt. Aber Spaß beiseite: Die allermeisten Flecken lassen sich problemlos entfernen. Das zeigen wir mit unserer App.

Und wir gehen noch einen Schritt weiter. In Zukunft soll es für die App einen Livechat geben, über den Fragen direkt an die Experten bei Best Wool Carpets gestellt werden können – sowohl von unseren Handelspartnern als auch vom Endverbraucher.

BTH Heimtex: Sehen wir da einen Strategiewechsel hin zur aktiveren Kommunikation mit dem Endverbraucher ?

Campo: Ja, das stimmt. Das wird man auch an unserer neu gestalteten Webseite sehen, die ebenfalls zur Domotex online geht. Sie war bislang auf das B2B-Geschäft mit unseren Handelspartnern ausgerichtet. In Zukunft wird sie verstärkt den Endkunden ansprechen.



Jhon Campo stellte der Redaktion von BTH Heimtex die neue Webseite vor.

BTH Heimtex: Das heißt ?

Campo: Sie wird emotionaler gestaltet sein als bisher. Wir orientieren uns dabei an der Bildsprache, die wir bereits in unseren neuen Prospekten verwenden. Wir planen zusätzlich einen Newsletter. Und es wird einen Teppichkonfigurator geben, mit dem sich der Kun- ➔

www.project-floors.com

BAU 2017
7.-21. Januar - München
www.bau-muenchen.com
Halle A5, Stand 119.

**Klicken!
Kleben!
Los(e)legen!**

PROJECT FLOORS

Your Project. Our Floors.

Mit den drei Kollektionen von PROJECT FLOORS punkten Sie in allen Leistungsbereichen.



Die Wool App liefert Informationen rund um Wollteppichböden aufs Smartphone.

Jhon Campo:

„Das neue Schulungsprogramm Wool Academy führt unser Außendienst beim Händler vor Ort durch.“

de seinen individuellen Wollteppich inklusive Bordüre zusammenstellen kann. Dann bekommt er eine Liste von Händlern in seiner Umgebung angezeigt. Er sucht sich einen davon aus und wir wickeln das Geschäft über diesen Händler ab.

BTH Heimtex: Der Umsatz bleibt also beim Händler?

Campo: Natürlich. Wir wollen unseren Handelspartnern das Geschäft ja nicht wegnehmen. Im Gegenteil, wir wollen ihnen neue Kunden zuführen. Da-

her wird es auf der Webseite auch ein Verzeichnis aller Fachhändler geben, die unsere Produkte führen.

Aber wir wollen mit www.bestwoolcarpets.nl auch eine der ersten Adressen im Internet werden, auf die man bei der Suche nach Wollteppichböden stößt. Das ist für uns leichter als für einen einzelnen Händler.

BTH Heimtex: Spielt denn das Internet bei einem hochwertigen Produkt wie Wollteppichböden überhaupt eine Rolle?

Campo: Ja, das tut es. Aus zwei Gründen: Erstens kauft man einen Teppichboden nicht jeden Tag. Daher ist das Markenbewusstsein ein anderes als etwa bei Kleidung. Also schaut sich der Kunde auch im Internet um, bevor er sich entscheidet.

Zweitens hat sich das Informations- und Kaufverhalten grundsätzlich geändert. Statt wie in der Vergangenheit vor dem Kauf in zwei oder drei Fachgeschäfte zu gehen und sich ausführlich beraten zu lassen, nutzen die Verbraucher heute ganz selbstverständlich das Internet. Hier findet man zu jedem Thema Informationen, auch zu Wollteppichböden.

Erst dann geht man in den Laden. 70 bis 80 % kommen dort rein und wissen schon, was sie haben wollen. Das ist eine Herausforderung für den Verkäufer, der seinerseits eine hohe Kompetenz benötigt, um dem vorinformierten Verbraucher auf Augenhöhe gegenüberzutreten zu können.

Verstehen Sie mich nicht falsch: Beratung ist heute immer noch wichtig. Aber im Geschäft ist sie nur noch der letzte Schritt vor dem eigentlichen Kauf. Und da wären wir wieder bei der Wool Academy, die dem Verkäufer das Wissen vermittelt, das ihm vielleicht noch fehlt.

BTH Heimtex: Was Ihren Vertrieb angeht, bleibt der Fokus also auf dem Fachhandel.

Campo: So ist es. Unsere Kunden sind gehobene Raumausstatter, Innenarchitekten und die kleineren Möbelhäuser mit einem Schwerpunkt auf Designermöbeln und Teppichen. Natürlich finden sich einzelne unserer Produkte auch in den Kollektionen des Großhandels. Aber das Programm mit unseren drei Linien Nature (Einstiegsqualitäten), Pure (höherwertige Produkte) und Rugs (abgepasste Teppiche) in seiner Gesamtheit ist dem Fachhandel vorbehalten.

Die Fragen stellten Michael Steinert und Thomas Pfnorr thomas.pfnorr@sfnfachpresse.de

Daten + Fakten

Best Wool Carpets

Best Wool Carpets BV
Kanaaldijk 3 · 5683 CR Best/Niederlande
Tel.: +31 (0)499 / 39 91 00 · Fax: +31 (0)499 / 39 13 35
sales@bestwoolcarpets.nl · www.bestwoolcarpets.nl



Code scannen für mehr Infos zu Best Wool Carpets

Geschäftsführender Gesellschafter: Yvar Monasch
Marketing +Verkauf: Jhon Campo
Produktmanagement: Frank Conrad
Gründungsjahr: 1982
Produkte: Teppichböden und abgepasste Teppiche aus 100 % Wolle