

Trend 2: Schoonmaak is meer dan een commodity

Marco Konter, manager Marketing & Sales:

'Is schoonmaak een commodity die je op basis van de laagste prijs inkoop? Je hoort het de laatste tijd steeds vaker. Analyses leren echter dat het overgrote deel van onze klanten dat dit jaar voor Gomoos, dit niet puur op prijs heeft gedaan. We waren zelfs vaak niet de goedkoopste aanbieder, terwijl de klant toch voor ons koos. Uit recent onderzoek in samenwerking met de Universiteit van Tilburg blijkt ook dat bijna driekwart van onze klanten schoonmaak juist niet als commodity ervaart. Voor hen is er duidelijk meer dan alleen de prijs.

Op grond hiervan zal het belang van segmentering toenemen: maatwerk moet de nieuwe standaard zijn. Eén totale, algemene schoonmaakaanpak voor bijvoorbeeld scholen, kantoren en ziekenhuizen voldoet niet langer meer. Leveranciers zullen hierop inspelen. Ons Clear Selection Program, met basic bright en briljant-variant bestond al een aantal jaren, maar mag zich door de economische omstandigheden in een grote belangstelling verheugen. Daarnaast toont Gomoos dit jaar met het zeer enthousiast ontvangen 1-2-3 Schoon-concept voor basisscholen dat ook in dit segment onderscheidend vermogen mogelijk is.'