



Pure Freude an Wasser

## **GROHE Professional: nog meer doeltreffende ondersteuning voor gespecialiseerde partners**

*GROHE kan bogen op een jarenlange ervaring in de ondersteuning van zijn professionele partners in de sanitaire sector met uitgebreide diensten en doordachte producten. Nu breidt het bedrijf zijn inzet voor de sector uit. Dit jaar zal de Work Smarter Tour de GROHE Professional-boodschap verspreiden op nog meer locaties in heel Europa. De Europese expansie wordt ook voortgezet voor het GROHE SMART-bonusprogramma waarmee sanitaire professionals punten verzamelen met het oog op een uitgebreide reeks aantrekkelijke beloningen. Ondertussen hebben meer dan 12.000 leden zich voor dit Europees partnerprogramma ingeschreven, dat hiermee het grootste van zijn soort in de sector is. Die maatregelen zetten de investering van de fabrikant in een succesvolle samenwerking met sanitaire distributeurs en installateurs voort en weerspiegelen een gezamenlijke inzet om de tevredenheid van de klant en van de consument te verhogen.*

### **Work Smarter gaat weer de baan op**

De Work Smarter Tour legde vorig jaar een lange weg af door heel Europa. Ongeveer 4.000 geïnteresseerde professionals bezochten de mobiele showroom en het mobiele opleidingscentrum in zeven landen. Dat daverende succes moedigde GROHE aan om het Work Smarter-schema voor dit jaar uit te breiden. De promotietour gaat halt houden op 450 locaties in 17 landen. De tour werd gelanceerd op ISH, waar een dubbeldekkertruck in XXL-formaat alle hoogtepunten op deze belangrijke handelsbeurs tentoonstelde.

Na de opvallende lancering van de tour zal een vloot van vier mobiele showrooms en opleidingscentra de baan op gaan om de op de ISH onthulde innovaties, geselecteerde bestaande producten en de diensten van GROHE Professional zo veel mogelijk onder de aandacht te brengen. De Work Smarter Tour 2015 zal alle domeinen van GROHE Professional dekken, waaronder sanitaire systemen en inbouwtechnologie, speciale kranen, aansluitings- en veiligheidstechnologie evenals nieuwe en klassieke producten voor keukens, badkamers en thuishuizen. Touchscreenterminals, grote schermen, informatieborden en geïnstalleerde producten zullen worden gebruikt om de bezoekers te laten kennismaken met GROHE Professional. Een GROHE-verkoopsspecialist en een technische opleider zullen klaarstaan om vragen te beantwoorden. In de opleidingsafdeling van de truck zal de opleider ook de efficiëntie van de gestroomlijnde installatieprocessen aantonen. De trucks zijn uitgerust met interne water- en elektriciteitsleidingen zodat de tentoongestelde kranen en systemen in reële omstandigheden

getest kunnen worden, ongeacht de infrastructuur die de site biedt. De campagne zal opnieuw ondersteund worden door vele reclame- en POS-materialen die aan de lokale groothandelszaken geleverd worden, zodat zij de Work Smarter Tour 2015 kunnen aankondigen aan de sanitaire professionals in hun respectieve zones.

De Work Smarter Tour stopt deze maand nog in Alleur, Sint-Truiden, Forest, Braine-L'Alleud, Mons, Marquain, Wemmel, Marche-en-Famenne, Gembloux, Luxembourg, Putte, Eke en Lodelinsart.

Wenst u een bezoekje te brengen aan de Work Smarter Tour, aarzel dan niet contact op te nemen via [kvp@twocents.be](mailto:kvp@twocents.be) of 02/773.50.29

### **Focussen op sanitaire professionals**

De nieuwe GROHE Professional-campagne geeft duidelijk de niet aflatende focus van het programma weer op professionele sanitaire installateurs en distributeurs. De campagne-advertenties tonen GROHE-producten en de mensen die ermee werken in gewone alledaagse situaties vanuit het oogpunt van de professionals. De advertenties tonen op een overtuigende manier hoe efficiënt de producten van GROHE geïnstalleerd kunnen worden. Belangrijker nog: de nieuwe campagne benadrukt de doelmarkt van het merk door duidelijk te laten zien dat alle producten en diensten afgestemd zijn op de behoeften van professionele installateurs en distributeurs van sanitair.

### **Het grootste bonusprogramma van de sector blijft groeien**

De professionele partners van de fabrikant staan ook centraal in GROHE SMART, het gratis bonusprogramma waarbij elke bestelling telt. Voortbouwend op het grote succes in Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland heeft GROHE dit getrouwheidsprogramma onlangs uitgebreid naar België en een aantal andere landen, namelijk Nederland, Frankrijk, Spanje, Italië, Polen, Pakistan en Zweden. Bovendien zal het binnenkort ook gelanceerd worden in Denemarken, Tsjechië en het Verenigd Koninkrijk. Met ongeveer 12.000 leden in heel Europa beschikt GROHE Smart over het sterkste lidmaatschap van alle bonusprogramma's in de sanitaire sector.

Het succes van het concept is gebaseerd op de eenvoud ervan. Alle sanitaire professionals kunnen naar de GROHE Professional-website [www.grohesmart.com](http://www.grohesmart.com) gaan om zich als SMART-lid te registreren. Zodra ze geregistreerd zijn, moeten ze gewoon de SMART Reader-app gebruiken om de QR-codes op bijna alle verpakte GROHE-producten te scannen. Met de app kunnen ze ook zien hoeveel bonuspunten ze verzameld hebben en deze inruilen tegen aantrekkelijke beloningen uit een voortdurend bijgewerkte lijst. De beloningen variëren van draadloze boren of automatische koffiezetapparaten tot digitale camera's - er is voor ieder wat wils. Dankzij speciale promotiecampagnes kunnen nu en dan extra punten verdiend worden. Leden die de website niet

vaak bezoeken, kunnen via een nieuwsbrief die regelmatig wordt gepubliceerd op de hoogte blijven van de huidige campagnes, nieuwe beloningen en hun huidige bonuspuntensaldo.

De uitgebreide activiteiten van GROHE Professional getuigen van de inzet van de fabrikant om de focus van GROHE Professional resoluut gericht te houden op zijn professionele partners in de sanitaire sector en om alle producten en diensten zorgvuldig af te stemmen op hun noden en behoeften.

[Klik hier](#) om de foto's in HR te downloaden.

**Noot (niet voor publicatie)**

Voor meer informatie contacteer Kirsten Van Pee per mail [kvp@twocents.be](mailto:kvp@twocents.be) of telefonisch op +32 2 773 50 29.