

JIF



CIF

Melkunie



Campina

Hoogovens



Corus

Smiths Chips



Lay's

La Farge



Monier

What's in a name?

Medio 2007 besloot Lafarge S.A. haar Roofing Divisie te verkopen aan PAI partners, een leidende Europese private equity-onderneming. Door deze verkoop werd de Roofing Divisie geconfronteerd met de noodzaak tot het wijzigen van haar naam.

Na het doorlopen van een gedegen keuzeproces besloot men dat de groep voortaan door het leven zal gaan als de Monier Group. Voor Nederland betekende dit dat Lafarge Dakproducten B.V. met ingang van 1 januari 2008 werd omgedoopt tot Monier B.V.

Op papier lijkt dit een eenvoudig proces, maar in werkelijkheid komt er bij het invoeren van een nieuwe bedrijfsnaam, die tevens merknaam wordt, enorm veel kijken.

Binnen de Nederlandse marketingafdeling zijn we kort voor de bouwvak 2007 gestart met het inventariseren van alle uit te voeren activiteiten.

Doelstelling was om onze primaire doelgroepen – architecten, woningcorporaties, projectontwikkelaars, aannemers, dakdekkers en bouwmaterialenhandelaren – zo snel mogelijk na 1 januari 2008 te voorzien van nieuw documentatiemateriaal van Monier B.V.

Dit betekende concreet dat in krap vier maanden een volledig gevulde ringband en een groot aantal leaflets ontworpen en geproduceerd moesten worden en dat een deel van het al bestaande documentatiemateriaal van een nieuwe huisstijl moest worden voorzien. En passant moest een nieuwe website worden gebouwd, die op 1 januari 2008 'in de lucht' moest zijn. Bij de ontwikkeling hiervan konden we gebruikmaken van een huisstijl die internationaal wordt ingezet en waarmee Monier als merk snel kan worden geladen.

Tegelijkertijd werden plannen opgesteld om alle zichtbare uitingen in showrooms en op de tasvelden van onze klanten in de eerste maanden van 2008 te vervangen door Monier-uitingen. Dit werk is uitgevoerd door het eigen serviceteam van Monier.



Ton Boonhof
Marketing Coördinator Monier B.V.

De vrachtwagens van onze huistransporteurs zijn van nieuwe bebording voorzien en een aantal auto's, waaronder die van het Monier-serviceteam, zijn tegelijkertijd volledig overgespoten.

Op al onze locaties is de nieuwe huisstijl ingevoerd. Dat hield in dat, behoudens de voor de hand liggende productie van nieuw huisdrukwerk, op een enkele locatie zelfs het dak herdekt moest worden!

Intern had de marketingafdeling een belangrijke rol in het communicatieproces met de medewerkers over de naamswijziging en alles wat daar verder mee te maken had.

Naast de interne communicatie werd ook de externe communicatie verzorgd, door het opzetten van een PR- en advertentiecampagne gericht op alle relevante doelgroepen.

Kortom, voor het marketingteam was dit een klus om de vingers bij af te likken, maar wel één die vanwege de extreem korte voorbereidingsperiode de nodige flexibiliteit heeft gevraagd van alle betrokkenen inclusief de toeleveranciers van marketing- en communicatieservices.

MARKETING IN DE BOUW