

SOLIDUS : EEN GOED GEVOEL

Op acht jaar tijd is Toon van Gorp, verantwoordelijke voor Solidus in de Benelux, er in geslaagd de verkoop van de collectie exponentieel te doen groeien, en de markt is nog altijd in volle expansie. Deze enthousiaste verkoper gelooft vast in de toekomst in partnership met de klanten schoenwinkeliers. “Wij verkopen niet alleen schoenen”, aldus Toon, “wij verkopen een goed gevoel, zowel fysisch als psychisch.

Solidus is een Duits schoenfabrikant, een familiebedrijf dat werd opgericht in 1910 en vast houdt aan de traditionele waarden: kwaliteit, comfort en pasvorm in een breed assortiment om een steeds groeiende doelgroep in dames en heren aan te spreken.

Comfort met trendy look

De consument kijkt uit naar jonge en modieuze schoenen, maar als het er op aan komt schoenen te kopen, dan blijft comfort toch nog altijd het beste argument, zo blijkt uit vele studies. Solidus is er in geslaagd, in de loop van de voorbije jaren, de stijl te verjongen en aan te passen aan onze eigen Belgische markt. Zo worden er nu drie verschillende lijnen aangeboden: Solidus, de klassieke comfortabele vrijetijd stadsschoen, Vivo, een jongere lijn bestemd voor alle leeftijdscategorieën, en Solicare Soft, een profylaxe lijn voor zeer gevoelige (rheuma, diabetes) of zeer brede voeten.

Alle Solidus modellen hebben een voorgevormd en uitneembaar voetbed, dat perfect comfort biedt voor

de gezonde voet en ook kan vervangen worden door de consument die steunzolen nodig heeft. Bovendien bestaan alle collecties in niet minder dan 8 verschillende wijdtes, meer nog, er is ook opsplitsing mogelijk in functie van het voettype, de zogenaamd ‘gebroken leest’. Zo bestaan er bijvoorbeeld voor de hallux-valgus voet modellen waarvan de hielpartij twee wijdtes slanker is dan de voorvoet.

Verkoop door specialisten

“Het product is perfect, maar het moet ook op de goede manier geadviseerd worden”, zegt Toon Van Gorp. “Wij willen samenwerken met zelfstandige winkeliers met geschoold personeel.” Solidus organiseert op verzoek ook ‘comfort-dagen’ in de winkel. De klanten kunnen worden uitgenodigd, er wordt een voetafdruk gemaakt in een schuimdoos en de perfecte maat en wijdte wordt bepaald.

Voorraad en marketing

Naast de twee seizoenscollecties is er ook een zeer uitgebreid voorraadprogramma, met



Toon van Gorp: 100 % ten dienste van Solidus en de klant (Doc. Solidus)



Een model uit de Vivo-collectie: past voor elke leeftijdscategorie (Doc. Solidus)

levering binnen de twee dagen. Men kan flexibel bestellen en in de loop van het seizoen meermaals reassorteren voor een hoge voorraadrotatie. Ook op het gebied van marketing staat Solidus ijzersterk. Er zijn zeer interessante starterpakketten en de gratis folder-actie (de klant betaalt alleen de verzendings- en verspreidingskosten) met de basiscollectie die uit voorraad leverbaar is. Solidus bouwt ook shops in de shop. POS materiaal

zoals posters, pancartes, logoblokjes, schoenlepels, poetsdoeken en pennen worden gratis ter beschikking gesteld. Solidus Benelux organiseert ieder jaar een interessant bedrijfsbezoek of verkoopseminar voor de klanten of hun medewerkers. Tenslotte geeft Toon Van Gorp aan dat er op verschillende plaatsen in België nog ruimte is voor een goed partnership. ■

René Broekaert