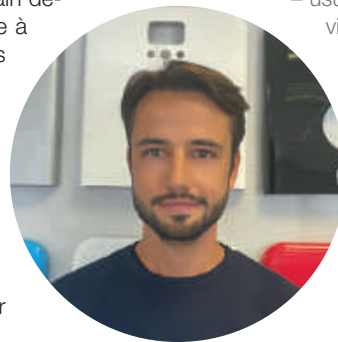


« CHEZ DAAN TECH, NOUS VOULONS ACCOMPAGNER NOS CLIENTS SUR DES DÉCENNIES »

Daan Tech nourrit l'ambition de devenir le leader européen de l'éco-compact et répondre aux besoins de demain. Mais aussi, que jamais aucun Bob ne soit jeté. Avec un indice de réparabilité de 9,3 – le meilleur d'Europe – ce mini lave-vaisselle est conçu pour durer 10 ans. Comment intégrer tout cela dans le parcours d'achat et continuer de vendre ?

■ Par/by Léo Baba, global marketing communication manager chez Daan Tech

Daan Tech réalise la majorité de son chiffre d'affaires à l'international mais la France reste le premier pays en termes de ventes. Ses clients présentent des profils variés selon les pays. Qui achète les mini lave-vaisselles et pourquoi ? En France, le parcours client va de l'étudiant qui dispose de peu de place et pas d'arrivée d'eau, aux personnes vivant seules, à deux ou trois, généralement citadines. En effet, les consommateurs qui vivent en milieu urbain déjeunent davantage en extérieur et ont plus tendance à faire livrer leurs repas. C'est pourquoi nous observons de nombreux couples, personnes divorcées, ou encore des parents dont les enfants ont quitté le cocon familial acheter notre lave-vaisselle Bob même si certains sont déjà équipés d'un gros lave-vaisselle, mais qu'ils n'utilisent plus car ils ne le remplissent pas. Les habitudes changent et évoluent, et nous constatons désormais que beaucoup de seniors achètent Bob parce qu'il est facile d'utilisation et qu'il peut se positionner à n'importe quelle hauteur, ce qui leur



Most of Daan Tech's revenue is generated internationally, but France continues to be the top country when it comes to sales. Customer profiles vary depending on the country - so who is buying the mini-dishwashers, and why? In France, the customer might be a student with not much space and no water delivery mechanism, or a person living alone, or two to three people in a household – usually an urban one. Consumers who live in an urban environment tend to eat outside the home more often, and are more likely to get their food delivered. It is for that reason that we have noticed that a lot of people buying our Bob dishwasher are couples, divorced people, and parents whose children have left the family home who might even already have a larger dishwasher but do not use it because they cannot fill it up. Habits change and evolve - we are now seeing far more seniors buying the Bob because it is easy to use, and can be placed at any height so they are not having to bend forward. In summary, customers in France buy

“ AT DAAN TECH, WE WANT TO SUPPORT OUR CUSTOMERS FOR DECADES ”

Daan Tech is nurturing an ambition to become the leading European maker of eco-compact devices, meeting the needs of the future – ensuring, also, that no Bob is ever thrown away. At 9.3, the mini-dishwasher has the best repair index in Europe and is designed to last 10 years. How can all of that be integrated into the purchasing pathway and continue to sell?



permet d'éviter de se baisser. Pour résumer, en France les clients achètent pour le côté innovant, design et parce qu'il est fabriqué en France. Dans les pays d'Europe du Nord les motivations d'achat sont légèrement différentes. Les clients achètent le lave-vaisselle éco-compact Bob parce qu'il consomme moins de 3 l d'eau et parce qu'il est fabriqué avec 85 % de plastique recyclé. C'est donc l'argument écologique qui prévaut. Dans des pays tels que la Suède, plus personne ne lave la vaisselle à la main, contrairement aux pays d'Europe du Sud où cette pratique reste répandue. Ce qui explique les performances de Daan Tech en Europe du Nord (Suède, Finlande, Danemark, Pays-Bas) qui y réalise 25% de ses ventes. Nous accélérons d'ailleurs notre développement sur cette zone avec le recrutement fin 2022 de trois country managers dédiés.

Concernant le Japon et Taïwan, si les consommateurs se tournent vers les mini lave-vaisselles, c'est principalement parce que les surfaces des logements sont en moyenne encore plus restreintes qu'à Paris.

PRIORITÉ À L'OMNICHANNEL

Le parcours d'achat d'un lave-vaisselle Bob est modélisé par le fait qu'il répond d'abord à des problématiques (pas d'arrivée d'eau, peu de place etc.) qui induisent généralement des recherches sur internet par les consommateurs. Comme abordé précédemment, les personas des clients Daan Tech sont multiples et de tout âge. C'est pourquoi l'omnicanalité est primordiale. La priorité est d'être très bien référencé sur internet, aussi bien sur les réseaux sociaux et que sur les plateformes. Lorsque l'on sait que 40 % des moins de 25 ans effectuent leurs recherches sur TikTok plutôt que sur Google et que cette proportion est la même chez les adultes avec Amazon, cela fait réfléchir !

Une des réussites de Daan Tech, c'est que lorsque nous interrogeons des consommateurs, nous nous apercevons que moins de 1 sur 2 connaît la marque de son lave-vaisselle tandis qu'avec notre appareil, 100 % des personnes interrogées savent qu'elles possèdent un Bob. Cependant nous avons encore des progrès à faire, car 40 % de nos clients ne savent pas que la marque est Daan Tech : ils effectuent donc leurs recherches avec le mot "Bob". Cela limite par conséquent notre visibilité et notre image de marque pour la vente de nos accessoires et de nos futurs produits.

it for its innovative features, its design, and because it is made in France. In northern European countries, purchasing motivations differ slightly. Customers buy the Bob eco-compact dishwasher because it uses less than 3l of water, and because it is made of 85% recycled plastic. So the environmental case prevails. In countries such as Sweden, nobody washes up by hand anymore - in contrast to southern European countries where the practice is still widespread. That explains the performance of Daan Tech in northern Europe (Sweden, Finland, Denmark, Netherlands) where 25% of sales are made. Our growth is accelerating in that zone anyway, with the recruitment of three dedicated country managers in late 2022.

Consumers in Japan and Taiwan are opting for mini-dishwashers mainly because the surface areas of their living spaces are even lower than those of Paris.

OMNI-CHANNEL AS A PRIORITY

The purchasing pathway of a Bob dishwasher is modelled on the fact that first and foremost it meets a range of needs (around limited space and water input, among other things) which usually triggers a consumer to do an internet search. As outlined earlier, Daan Tech customer profiles vary greatly, and can be any age – and that is why it is critical to have an omni-channel approach. The priority is to have a very good internet listing, as well as good presence on social media and other platforms. We know that 40% of under 25-year-olds do their internet searches on TikTok rather than on Google, and that proportion applies to adults on Amazon – so it is certainly something to think about!

One of Daan Tech's success points is that when we speak to consumers, we realise that less than half of them know the brand of their dishwasher, whereas for our dishwasher 100% of those questioned know that they own a Bob. There is still work to do though, as 40% of our customers do not know that Daan Tech is the name behind it – they do their research by inputting the word 'Bob'. What that means is that our visibility is reduced, and our brand image is also diminished for the purpose of selling accessories and future products.

RESTER CONCURRENTIEL GRÂCE AU DTOC

70% de nos ventes sont réalisées en ligne, le reste en retail (15 000 Bob vendus chez Boulanger) et une minorité mais croissante en BtoB avec des revendeurs internationaux.

En 2022, nos ventes e-commerce ont significativement progressé et nous souhaitons poursuivre en ce sens. En effet, le fait de produire en France est coûteux et si nous voulons rester concurrentiels face à de nouveaux mini lave-vaisselles made in China commercialisés par les distributeurs, il est difficile d'augmenter nos marges. La majorité de nos ventes se font en ligne et ont crû de 40 % en 2022 ce qui nous a permis de maintenir nos marges malgré la crise qui a frappé tous les secteurs de la maison, y compris celui de l'électroménager.

Mais il importe également de nouer des partenariats avec des revendeurs, car cela permettra à Daan Tech de toucher des clients qui n'achètent pas forcément sur internet et qui veulent découvrir le produit en vrai. Nous travaillons également avec des revendeurs spécialisés : caravanes, camping-cars, bateaux, etc. Nous allons, de plus, lancer en mai 2023 une offre professionnelle qui vise à répondre à une très forte demande de la part des entreprises qui souhaitent s'équiper en lave-vaisselle Bob depuis la fin des couverts à usage unique afin de délivrer une meilleure qualité de vie aux collaborateurs qui consomment leurs repas et boissons sur leur lieu de travail. Et aussi pour être plus éco-responsables en consommant moins d'eau et moins d'énergie.

LE RE-CRAFTED UNE SOLUTION POUR NE JAMAIS JETER AUCUN BOB

Une de nos missions est qu'aucun Bob ne soit jamais jeté ! Pour cela, dès octobre 2023, nous allons proposer à nos clients d'échanger leur ancien Bob contre une carte cadeau Daan Tech pouvant aller jusqu'à 120€ afin de récupérer leur lave-vaisselle et de leur offrir une seconde vie. Le but est de d'insister sur la réutilisation, la réparation et le recyclage de l'électroménager, tout en participant à la construction d'un monde plus durable.

Un lave-vaisselle Bob Re-Crafted sera aussi fiable qu'un nouveau Bob. Une fois votre lave-vaisselle reconditionné par nos équipes techniques, il bénéficiera d'une garantie de deux ans qui en certifie la qualité. Le processus sera composé de 4 étapes : nous reprendrons le Bob et enverrons un bon de retour au client ; nous vérifierons l'authenticité de l'appareil et le diagnostiquerons dans nos ateliers en Vendée ; nous le remettrons à neuf et celui-ci sera à nouveau garanti 2 ans ; puis, une fois remis en état, il sera disponible à l'achat en ligne.

L'objectif est de satisfaire tout le monde, aussi bien ceux qui souhaitent acheter de nouveaux Bob que ceux qui se reportent sur un Bob vintage mais tout aussi performant. Il y aura bien entendu de nombreuses autres surprises et de plus en plus de customisation et d'*exclusive editions*. ●



REMAINING COMPETITIVE THANKS TO DIRECT-TO-CONSUMER

Of all our sales, 70% are made online and the remainder in the retail industry (15 000 Bob dishwashers were sold at Boulanger), alongside a small but growing minority in the B2B sector among international retailers. Our e-commerce sales in 2022 have grown significantly, and we are keen to keep that momentum going. It is actually quite expensive to make the Bob in France, and it is difficult to improve our margins if we want to remain competitive in the face of new mini-dishwashers made in China that are being marketed by distributors. Most of our sales are online, and these increased by 40% in 2022 which meant that we could maintain those margins even in the face of the crisis that impacted every sector of the household goods market, including household electricals. It is also important for us to strike partnerships with retailers, as that means that Daan Tech is in a position to reach out to customers that might not necessarily buy things on the internet, and want to check out the product in real life. We also work with specialist retailers including those involved in selling caravans, campervans and boats.

We will, moreover, be launching an industry offering in May 2023 that is designed to respond to strong demand from businesses wanting a Bob dishwasher, bearing in mind the end of single-use cutlery. They are wanting to offer better quality of life to employees who eat and drink at the workplace, and they also want to be more environmentally responsible by consuming less water and less energy.

RE-CRAFTED AS A SOLUTION SO THAT NO BOB IS EVER THROWN AWAY

One of our missions is to ensure that no Bob is ever thrown away! As of October 2023, we will to that end be offering our customers the opportunity to hand in their old Bob and get a Daan Tech gift card in exchange up to the value of €120, so the dishwasher is recovered and given a second life. The goal is to emphasise re-use, repair and recycling of the dishwasher while also playing a part in building a more sustainable world.

A Re-Crafted Bob dishwasher will be as reliable as a new one. Once the dishwasher is reconditioned by our technical staff it will have a two-year guarantee as a testament to its quality. There are 4 stages in the process: first, we take the Bob and send the customer a return voucher; then we confirm the authenticity of the device and examine it at our workshops in the Vendée region of western France; then we restore it to an as-new state which gets a fresh 2-year warranty; and then once it has been reconditioned it is made available to buy online. The objective is to keep everyone happy – those wanting to be a new Bob, and those wanting a vintage Bob with the same performance. Of course, there are other surprises on the way with more and more customisation options, and exclusive editions. ●

Une envie de cuisiner!
Utilisez un plat à four Borcam.

 ŞİŞECAM

borcam

by *Pasabahce*

