



Wie veel korting geeft, is vaak te duur

Onlangs sprak ik met Dawid Garbarczyk, eigenaar van Nova Badkamers & Douches. We hadden het niet over tegels, kranen of douchewanden, maar over iets wat tegenwoordig bijna belangrijker lijkt dan vakmanschap: korting.

Iedereen wil korting.

In de wereld van badkamers en renovaties lijkt het soms zelfs normaal geworden. Eerst een hoge prijs, daarna een gesprek, nog een keer rekenen, een “actie van deze maand”, een extra korting als je vandaag beslist.

De klant gaat naar huis met het gevoel een geweldige deal te hebben gesloten.

Maar Dawid zei iets eenvoudigs dat bleef hangen: “Als ik eerst hoog moet gaan zitten om daarna korting te geven, dan ben ik niet eerlijk begonnen.”

Dat is precies de reden waarom Nova Badkamers & Douches een andere weg kiest.

Geen grote showrooms. Geen verkopers die op commissie werken. Geen dure reclamecampagnes op radio of televisie.

Gewoon vakmensen die badkamers maken.

Daardoor ontstaat er iets bijzonders. Er hoeft geen spel gespeeld te worden met prijzen. Geen onderhandelingen. Geen tijdelijke acties die volgende maand weer terugkomen.

Het deed mij denken aan de bekende uitspraak van Hornbach: geen aanbiedingen, geen kortingen, maar gewoon de juiste prijs.

Misschien is dat wel de toekomst van ondernemen.

Want de moderne klant voelt haarfijn aan wanneer een prijs echt is. Mensen willen geen verkooppraatje meer, maar duidelijkheid. Ze willen weten waar ze aan toe zijn. Zeker bij een badkamer — een investering waar vertrouwen minstens zo belangrijk is als materiaal.

Bij Nova begint dat vertrouwen niet bij een kortingspercentage, maar bij het uitgangspunt dat de prijs vanaf het begin klopt.

Niet spectaculair. Wel eerlijk.

En misschien is dat juist waarom klanten achteraf vaak hetzelfde zeggen: dat het proces rustig voelde. Transparant. Zonder druk.

De grootste verandering zit misschien niet in de badkamer zelf, maar in de manier waarop we kijken naar waarde.

Niet: hoeveel korting krijg ik? Maar: betaal ik een eerlijke prijs voor goed werk?

Wie lang genoeg meeloopt in het vak weet namelijk dat grote kortingen meestal één ding betekenen: ergens zat eerst ruimte die niets met kwaliteit te maken had.

Daarom geloof ik steeds meer dat de sterkste aanbieding eigenlijk geen aanbieding is.

Gewoon vakmanschap. Een duidelijke prijs. En een resultaat waar je iedere dag blij van wordt.

Precies waar Nova Badkamers & Douches voor staat.