

Ging een winkelconcept tot vijftien jaar geleden nog ruim acht jaar mee, tegenwoordig is de houdbaarheidsdatum van veel kortere duur. In een markt met als enige constante het grillige gedrag van de consument, is een partner met ervaring en kennis op het gebied van in- en outstore communicatie een absolute must. Virupa is zo'n partner. 'Wij zijn snel, wendbaar en denken gericht mee. Dankzij geavanceerde ontwerp- en productiefaciliteiten, een servicegerichte organisatie en een eigen logistieke service leveren we kwaliteit op maat.'

Virupa – Visual Solutions: voor in- en outstore communicatie



Het Virupa-pand in Aalten.

Algemeen directeur Vincent Immink: 'Waar het product en de consument samenkomen, daartussen ligt ons werkgebied.'



De werkzaamheden van Virupa worden geregeld aangezien voor reclameactiviteiten. Maar een reclamebureau is het bedrijf in Aalten allerm minst, al zal het best wel voorkomen dat er met een halve bil op die stoel wordt

Virupa heeft een eigen montageploeg voor het vakkundig monteren van in- en outstore materiaal. Hier is het team met een hoogwerker bezig bij het hoofdkantoor van Kwantum, in het kader van zijn vijftientwintigjarig bestaan.



plaatsgenomen. 'Ik begrijp waar het misverstand vandaan komt, maar ons werk is verkoopondersteunend gericht. We zeggen altijd: waar het product en de consument samenkomen, daartussen ligt ons werkgebied', aldus algemeen directeur Vincent Immink. 'Een reclamebureau bedenkt de campagne, wij zetten de ideeën om in een range aan producten die de doelgroep op verschillende fronten en niveaus moet aanspreken. Vanuit een weids perspectief gaan we ons steeds meer focussen, tot aan de kleinste details aan toe.' Voor wie dit te abstract in de oren klinkt, mag Immink graag Praxis, een klant van Virupa, als voorbeeld nemen. 'Je moet het zien als een vorm van verleiding. Met folders lokken we mensen naar de verkooppunten; aan de gevelaankleding ziet de (potentiële) klant dat 'ie goed zit en vervolgens loodsen we hem via een signingsysteem naar binnen. Eenmaal in de winkel voeren de verwijzingsborden hem moeiteloos, via de verschillende productafdelingen, naar het product, inclusief productinformatie. Het is als het afpellen van een ui, uiteindelijk kom je terecht bij de kern.'

Herkenbaarheid en stijl

Signing ter oriëntering, informering, duiding of 'pricing' van goederen en diensten is een belangrijk communicatiemiddel, vooral als je bedenkt dat negentig procent

van alle communicatie non-verbaal is. Vincent Immink: 'Daar moet je dus op een intelligente en duidelijke manier mee omgaan, ons werk ligt evengoed op het communicatieve als het esthetische vlak. Bovendien draait het om herkenbaarheid: elke onderneming heeft een huisstijl waarmee het zich onderscheidt van de rest.' Virupa omvat een breed werkgebied. De in- en outstore van point-of-sale-communicatie, zoals het in zuiver vakjargon heet, varieert van p.o.s.-materialen als sfeerhangers en displays tot het totaalconcept voor een geheel nieuwe winkelaankleding. Waarbij winkelaankleding niet verward

Tritop Interieurbouw bv

Tritop is producent van interieurs op maat voor winkels, kantoren en projecten en is een zusterbedrijf van Virupa. Vincent Immink: 'We zijn twee aparte bedrijven, maar werken geregeld samen. Tritop doet naast zijn eigen activiteiten al onze hout- en stoffbewerkingen. Deze manier van werken is voor beide bedrijven gunstig. Tritop kan zich concentreren op zijn eigen vakgebied en Virupa is gegarandeerd van een degelijk stuk ambacht.'

mag worden met winkelinrichting, een tweede, vaak gehoorde misvatting. Immink: 'Wij komen pas aan de beurt als de stellingen geplaatst zijn en de producten in het schap staan. Wij richten ons op de (re)styling van een zaak, geven het 'elan' in een voor die onderneming kenmerkende en consequent doorgevoerde (huis)stijl. Zo veranderden we onlangs de complete signing van de veertig winkels van Jan Linders, een grote supermarktketen in het zuiden van het land. Dat gebeurde, zoals altijd, in goed overleg met de opdrachtgever en diens reclamebureau.'

Onderscheidend

Virupa dankt zijn naam aan de beginletters van oprichters Vincent Immink, Rudie Nijboer en Paul Tebroke, drie deskundigen op het gebied van point-to-sail-communicatie. Aandeelhouder van het eerste uur, Erwin Markerink, kwam na een paar jaar fulltime in dienst en is sindsdien mededirectielid. Tebroke heeft inmiddels de onderneming verlaten. Reeds vanaf de oprichting in 1992 werkt Virupa voor zowel regionale ondernemingen als grootwinkelbedrijven en is

Virupa ontwikkelt en produceert op het gebied van in- en outstore communicatie onder andere: winkelformules, gevelaankleding, reclameborden, bewegwijzering, autobeleettering, bouwboarden, vlaggen, banieren en spandoeken, lichtreclame, (licht)zuilen, fullcolourprints, stoepborden, wissellijsten, folderpresentaties, kunststofproducten, beurspresentaties en kaartramen.

het een van de grotere bedrijven in de branche. Virupa onderscheidt zich van de rest, doordat het gehele traject, van ontwerp tot montage op locatie, door de ruim honderd medewerkers uitgevoerd kan worden. Vincent Immink: 'We beperken ons niet tot productiewerkzaamheden, maar hebben er een voor- en natraject aangeknoopt. Zo beschikken we over een deskundig ontwerp bureau dat in samenwerking met reclamebureaus en/of opdrachtgevers de technische voorbereiding van winkelformules en signingsystemen ontwikkelt en ideeën vertaalt in praktische, financieel haalbare concepten. Ook doen we aan warehousing, wat betekent dat we voor klanten een uitgebreide voorraad bijhouden, zodat we snel kunnen leveren, soms nog dezelfde dag. Daarnaast is er een montageploeg voor het vakkun-

dig monteren van in- en outstore materiaal.'

Variëteit en kwaliteit

De voordelen van dit totaaltraject zijn groot. Virupa kan snel en behendig inspelen op actuele zaken en is te allen tijde goed geïnformeerd: alle lijnen komen op één punt samen. Dit laatste is vooral van belang in verband met de bewaking van huisstijlen en het initiëren van ideeën die hierop voortborduren. De klant heeft bovendien nog maar één aanspreekpunt en hoeft zijn verhaal niet steeds te herhalen. Ook het hart van het bedrijf, de productie, kent een hoge mate van variëteit en professionaliteit. Om het kwaliteitsniveau te handhaven houdt Virupa de productie zoveel mogelijk in eigen hand. Of het nu gaat om thermisch vervormen en frezen van kunststof, extrusie van profielen, zeefdrukken op groot formaat, fullcolour printen of computergestuurd snijden, met behulp van hoogwaardige apparatuur en ervaren medewerkers worden deze productieprocessen binnenshuis gerealiseerd. Hierbij maakt Virupa gebruik van alle denkbare materiaalsoorten zoals kunststof, metaal, hout en aluminium of combinaties hiervan. Om uit een nog breder assortiment aan technieken te kunnen putten, nam Virupa afgelopen jaar Decorpress in Doetinchem over. Dit bedrijf is gespecialiseerd in RVS-belettering en bewerking. Immink: 'Dit betekent dat we nu ook het chiquere werk aankunnen, denk aan reclame- en infozuiltjes van rvs bij gemeente- en kantoorpanden.'

Klantvriendelijk

Virupa afficheert zich als een kundig en betrouwbaar specialist voor op maat gesneden winkelformules en huisstijlen. Gezien de vele opdrachtgevers, waaronder grote namen als Praxis, Kwantum, Leen Bakker, ANWB, Toyota, Wibra, Hema en Sorbo lijkt dit geen voorbarige gevolgtrekking, ervan uitgaande dat succes een weerspiegeling van kwaliteit is. Vincent Immink: 'We zijn een Achterhoeks bedrijf in de zin dat we doen wat we zeggen en afspraken nakomen zonder hoogdravend te zijn. Dat is in ieder geval wat we geregeld van klanten terughoren en wat blijkbaar gewaardeerd wordt. Evenals onze geautomatiseerde productie en orderverwerking, die de voorwaarden vormen van een prettige, servicegerichte en klantvriendelijke aanpak.'



Virupa - Visual Solutions
 Vierde Broekdijk 19
 7122 JD Aalten
 Tel. (0543) 494400
 Fax (0543) 494401
 E-mail: info@virupa.nl
 Website: www.virupa.nl