

05-03-2013

CanalDigitaal en de vakhandel: een verstandshuwelijk tussen kop en schotel

Satellietontvangst is in Nederland in de loop van de tijd uitgegroeid van een niche markt tot een meer algemeen bekende manier van ontvangst. De vakhandel heeft vooral vanaf eind jaren '90 een cruciale rol gespeeld in de acceptatie van satellietontvangst. Steeds meer consumenten zijn enthousiast geworden over het fenomenale zenderaanbod en de geweldige beeld- en geluidskwaliteit.

Het zijn daarbij de CanalDigitaal dealers geweest die de acceptatie en promotie van satellietontvangst een boost hebben gegeven, daarbij altijd ondersteund door Astra Benelux dat namens SES uit Luxemburg ook de promotie van satellietontvangst in Nederland en België voor haar rekening neemt en het dealernetwerk van informatie en kennis voorziet. Het zijn immers de Astra-satellieten waarover de signalen voor het overgrote deel van de schotelbezitters worden verspreid. Regelmatig moest Astra Benelux daarbij de afgelopen jaren laveren tussen botsende belangen van de vakdealers en CanalDigitaal. Maar een schotel kan niet zonder kop zoals CanalDigitaal niet zonder een goed dealernetwerk kan.

Als kleine aanbieder van digitale televisie in een markt met steeds meer concurrentie van andere digitale platformen is CanalDigitaal de laatste jaren immers steeds actiever zelf de eigen ontvangstapparatuur gaan verkopen in een poging om zo verder te kunnen groeien. Omdat concurrenten totaalpakketten aanbieden moest ook CanalDigitaal hier in mee gaan. Het ging mede daarom pakketten aanbieden waarbij een monteur de eigen gecertificeerde CanalDigitaal ontvangstapparatuur, vaak inclusief een internet en telefonie-aansluiting, installeert tegen een zo laag mogelijke prijs. Ook verkoopt CanalDigitaal de eigen gecertificeerde ontvangstapparatuur via haar eigen website. Niet geheel tot genoegen van sommige dealers van satellietapparatuur die hun marges toch al zagen dalen. Bovendien verschilden de meningen over de kwaliteit van de goedgekeurde CanalDigitaal decoders nogal eens. De dealers vonden de decoders van CanalDigitaal maar niets vanwege allerlei beperkingen of software-bugs en CanalDigitaal zag juist liever hun eigen gecertificeerde maar vaak wel degelijk qua mogelijkheden beperktere eigen ontvangstapparatuur bij de kijker thuis staan.

Dealers verkopen juist liever alternatieve ontvangstapparatuur omdat deze meer voordelen heeft, voordelen

die CanalDigitaal soms niet onderkend en ook liever niet ziet om bijvoorbeeld beveiliging-technische redenen. Een schotel met vele (LNB-)koppen bijvoorbeeld zoals alleen speciaalzaken de configuratie ervan kunnen samenstellen biedt veel mogelijkheden, maar is ook niet zo makkelijk in te stellen en dat kan met de zaplijsten dan wel eens misgaan. Voor de consument is het vaak een kwestie van de eigen wensen die hen doet kiezen ofwel voor een gespecialiseerde winkel ofwel voor een kant-en-klaar pakket en daarvoor meteen www.canal-digitaal.nl intikt. Een vakdealer geeft echter altijd meer persoonlijke ondersteuning inclusief een kopje koffie en directe demonstratie, uitgebreide adviezen, beschikt over zeer veel kennis en kan op zeer flexibele kijkwensen van de consument ingaan zoals mogelijkheden voor opnemen en interactieve decoders. CanalDigitaal kan dat natuurlijk als grote organisatie niet. Het bedrijf werkt met de eigen ontvangstapparatuur die aan strenge eisen voldoet, heeft een centrale klantenservice die uiteraard standaard protocollen hanteert en levert kant-en klare pakketten inclusief monteur die dit komt installeren: een schotel met kant- en klare kop dus. Voor veel consumenten is ook dat juist weer makkelijker, zeker voor degenen die gewoon snel tv willen ontvangen op een eenvoudige manier en zonder zich zelf overal in te hoeven verdiepen.

De dealers kunnen dan ook niet zonder CanalDigitaal omdat het nu eenmaal nodig is om alle Nederlandse zenders te kunnen bekijken, maar CanalDigitaal kan ook niet zonder de dealers omdat zij de ruggengraat vormen van kennis en promotie in Nederland op het gebied van Satellietontvangst. Marketingorganisatie Eviso, dat in Nederland het merk CanalDigitaal verkoopt en promoot, heeft na recentelijk overleg met de dealers intussen beloofd om weer beter met hen te gaan samenwerken, samen op te trekken en zo het gezamenlijke belang te onderkennen. En dat belang is om satelliettelevisie in Nederland onder de aandacht te brengen en meer consumenten te overtuigen van het geweldige aanbod en de vele voordelen, maar ook het wegnemen van veel vooroordelen. Want de schotel is in Nederland en België voor velen nog altijd iets waar een bepaalde negativiteit omheen hangt. Anno 2013 is de schotel nog lang niet breed geaccepteerd. Meer daarover in het artikel in deze editie over woningcorporaties en de manier waarop deze een schotelantennebeleid voeren.

Afbeelding: CanalDigitaal