

NIEUW – Coolblue, de “Glimlachfabriek” van Pieter Zwart

Date : 21 oktober 2024

De Nederlandse distributeur Coolblue heeft in Antwerpen een nieuwe logistieke vennootschap opgericht die de merkwaardige naam de “Glimlachfabriek” meekreeg. Bestuurder van de “Glimlachfabriek” is Pieter Zwart, mede-oprichter en CEO van de groep. “Humor is belangrijk in onze bedrijfscultuur, en daar begint het voor ons altijd mee. Het is een bepaald soort humor, op het niveau van een woordgrap. Het zijn nooit dijenkletsers, maar ze bezorgen je een glimlachje. Ze zijn grappig en intelligent.” zo zei hij daarover recent. En dat die humor als onderdeel van klanttevredenheid werkt, blijkt uit de cijfers. Coolblue staat voor een globale omzet van 2,4 miljard euro waarvan 564 miljoen in België. Coolblue opent nu fysieke winkels, ook in België, en richt zijn pijlen naar Duitsland. Steeds met klanttevredenheid als centrale ambitie.

“Wanneer je op mond-tot-mondreclame wil inzetten, moet je ervoor zorgen dat een stuk van de klantervaring zo verloopt dat mensen erover willen doorvertellen. De executie moet perfect zitten, en de producten die je verkoopt ook, maar niemand gaat ‘s avonds op café vertellen dat zijn wasmachine zo fantastisch is dat die een Nobelprijs zou moeten winnen. Wij doen er een paar klikjes bovenop met onze mondhoekjesmarketing, die het verschil tussen een negen en een tien maken.” zo vertelde Piet Zwart recent aan het magazine Trends. Niet toevallig heeft zijn centrale holding ‘Mondhoekie’. Zwart ging vijftientig jaar terug van start samen met enkele vrienden om vanuit een studentenkamer mp3-spelers te verkopen via de website mp3man. Het bedrijf groeide en elke product kreeg een eigen webshop. Dat werden er in totaal 360 die in 2018 allemaal onder de merknaam Coolblue werden samengebracht.

Nu investeert het bedrijf ook in fysieke winkels. In Vlaanderen openden er vorig jaar 3 bijkomende winkels, in Brussel is er al een en in Luik komt er een. “Er zijn meerdere interessante effecten aan verbonden.”, zo zegt Zwart daarover. “Een fysieke winkel geeft vertrouwen aan de mensen, waardoor ze sneller online zullen bestellen of langskomen met vragen. Ten tweede is het voor wie ons nog niet kent een prettige manier om kennis te maken met Coolblue. Je kunt binnenlopen en vrijblijvend rondkijken. Er is ook een functioneel voordeel: als mensen iets dringend nodig hebben, kunnen ze het hier meteen meenemen. Niemand gaat in zo'n winkel even een onderbroek komen wassen om een wasmachine te testen, maar je wilt er bijvoorbeeld wel de beeldkwaliteit van een MacBook ervaren of het

verschil tussen zeventien en vijftien inch zien. Er kunnen allerlei kleine stapjes in de klantreis zitten die het, in combinatie met wat we online doen, toch aantrekkelijk maken om naar de winkel toe te gaan.” In Duitsland wilt Coolblue alvast 36 fysieke winkels openen. Eind augustus verkocht Zwart daarvoor een deel van zijn aandelen aan medeaandeelhouder HAL, om de expansie te financieren.

<https://youtu.be/AdCfAsosoQs?si=sEJ1WZX5KR-yYrMq>