

# Coolblue koppelt *online* en *offline*

De online retailer Coolblue huldigt ten volle de *multichannel* verkoopactiek met de opening van zijn twee eerste winkels conform het 'Winkel 2.0' concept. Eindhoven en Groningen beten het spits af.



Met dit nieuwe winkelconcept omarmt het internetbedrijf de consument die *online* én *offline* winkelen wenst te combineren. Daarom laat Coolblue winkels en webshops voortaan vloeiend in elkaar overlopen. "Tussen e-tail en retail bestaat nog een krampachtige scheiding. Onze *multichannel* aanpak" (via meerdere kanalen je goederen aan de man brengen, red.) "maakt daar een einde aan", zegt Coolblue CEO Pieter Zwart.

## Krampachtig

In 'Winkel 2.0' groeien *online* en *offline* winkelen naar elkaar toe. Coolblue komt hiermee tegemoet aan de consument die zaken wil doen zoals het hem uitkomt. De logistiek wordt gedeeld met de webshops. Aankopen in de winkel worden desgewenst thuisbezorgd en ook afhalen van *online* bestellingen is mogelijk. Verder ontvangt de klant *updates* langs diverse kanalen, waaronder een sms-bericht als zijn bestelling klaar ligt. Samen met Coolblue ontwikkelde Dastro Retailconcepten, Rotterdam, een uiterst flexibel concept dat naadloos aansluit op de Coolblue-websites. De feitelijke winkelrichting was in handen van de Geus Projecten, Bodegraven. Zwart, oprichter en directeur van Coolblue, verwacht veel van deze aanpak: "Jezelf *online* oriënteren en in de winkel kopen en vice versa, is de gewoonste zaak van de wereld.

Behalve voor de retail, want die gaat daar krampachtig mee om. Maar als je hierin geen keuzes maakt, dan maken klanten die wel. Ze mixen al prijs- en productinformatie uit allerlei bronnen en kiezen waar en hoe ze iets willen kopen. Onze *multichannel* strategie speelt in op die ontwikkeling. De klant wil transparantie, actualiteit en service, *online* én *offline*. Wij gaan daarin verder in dan wie dan ook".



## Demonstratiemodellen

De Coolblue winkel is het bewijs van het feit, dat een succesvol *online* concept vertaald kan worden naar een toegankelijke en efficiënt werkende fysieke winkel. De winkels bieden *experience* en expertise. De klant kan producten zien, voelen en ruiken dankzij maar liefst zeventig permanente demonstratiemodellen. Vijftien productspecialisten staan klaar voor deskundig advies, terwijl twaalf plasmaschermen actuele productinformatie geven. Coolblue beschikt nu in totaliteit over vier servicepunten, met vestigingen in Rotterdam en Antwerpen en volgens het nieuwe concept, in Eindhoven en Groningen. Er staan nog vestigingen gepland voor Amsterdam, Arnhem en Utrecht. ◦

