Zo vervult Leapp zijn Europese droom

02-07-2015 09:52

In Nederland is de rek in het winkelbestand er inmiddels wel uit. Daarom begon Leapp dit jaar met een uitbreiding over de grens. De tweedehands Apple-verkoper schakelt nu naar een hogere versnelling.

De vacatures bij Leapp liegen er niet om. Storemanagers, eerste verkopers en verkoopmedewerkers voor winkels in zowel Antwerpen als Gent. Dan staan de vacatures voor Hasselt, Leuven en Brussel er nog niet eens op. Want ook daar moeten uiterlijk komend jaar vestigingen van Leapp komen.

De expansieplannen in BelgiÃ« staan niet op zich. Al voor de lancering van de Belgische webshop had Leapp al duizenden klanten bij onze zuiderburen, waardoor een online entree niet kon uitblijven. De fysieke uitbreiding volgt op de aanstelling van Werner Bruyns als coo van de Belgische tak. Zijn komst is volgens ceo Rogier van Camp een teken dat de Belgische markt serieus genomen wordt. Bruyns was acht jaar in dienst als manager BelgiÃ« bij Coolblue. Onder zijn leiding is die retailer uitgegroeid tot een grote omnichannel speler bij onze zuiderburen. Net als bij Coolblue stuurt Bruyns bij Leapp op klanttevredenheid en service. â€œDat is bekend terrein voor mij.â€

Eind maart ging de eerste winkel in hartje Antwerpen open. Niet in een typische winkelstraat maar in de Kloosterstraat, dÃ© plek voor antiek, vintage en jawel: tweedehands spullen. In Gent komt na de zomer een winkel op de Brabantdam. â€œHet contract is getekend en nu wordt de winkel klaargestoomd voor de openingâ€, aldus Bruyns tegenover het Belgische Data News.

Duitsland

Leapp prijst zich gelukkig met de aanstelling van Bruyns. â€œHet grootste risico van buiten de Nederlandse grenzen een succesformule proberen te kopiÃ«ren is het vinden van de juiste mensen met wie je het gaat doenâ€, aldus Van Camp. Voor de opening in Duitsland is geen grote naam aangetrokken, maar desondanks een goed team samengesteld. Het succes van de lancering en de verdere ontwikkelingen van het merk in de Duitse markt hangt volgens Van Camp voor een belangrijk deel af van de â€˜local heroesâ€™ en de bewaking van het DNA van Leapp. â€œZo dacht ik eerst dat we vanuit Nederland wel een webshop konden opzetten voor Duitsland. Maar je hebt Duitse vertalers nodig, Duitse marketeers, Duitse seo-schrijvers, die onze website vindbaar moeten maken via Duitse zoekwoorden voor zoekmachines als Google. Dat moet je echt met lokale mensen regelenâ€, aldus de oprichter.

De eerste winkel opende in mei zijn deuren in DÃ¼sseldorf, maar daar stopt de ambitie niet. De retailer ambieert een verdere uitrol met fysieke winkels door Duitsland en heeft dit jaar nog meerdere openingen op het programma staan. Ook de rest van Europa mag winkels verwachten. Concrete plannen zijn er nog niet, liet Van Camp vorig jaar als Ã©Ã©n van de RetailRookies weten in RetailTrends. â€œMaar ik wil Leapp graag laten uitgroeien tot een Europees merk.â€

In Nederland heeft de retailer inmiddels zeven eigen winkels en meerdere shop-in-shops bij telecomretailer Optie1. Daarnaast is Leapp ook in de Store of the Future in het Haagse New Babylon aanwezig om te laten zien dat het niet stilzit. De refurbished Apple-verkoper beschikt over een â€˜winkelâ€™ van vijf vierkante meter en dat is naar eigen zeggen voldoende om klanten alle producten en service te bieden. Ze kunnen namelijk met het scherm in de winkel direct contact zoeken met een medewerker van Leapp in een

andere vestiging. Een dienst die op het punt staat om uitgerold te worden.

Leap
Leapp koopt zijn tweedehands producten over de hele wereld in. Alle Apples worden door de formule zelf opgeknapt. Klanten van Leapp zijn met name prijsbewuste consumenten. â€œDankzij de lagere aanschafprijzen slaan wij de brug tussen niet-Apple-gebruikers naar Apple-gebruikersâ€, aldus operationeel manager Job Pijpers.

Behalve een anagram van Apple is â€˜leapâ€™ dan ook Engels voor een bruggetje. Bang dat de groei tegen het zere been van het grote technologieconcern is, is Van Camp daarom niet. De reseller weet met zijn lagere instaptarief de markt voor Apple namelijk verder te vergroten. Daarnaast krijgt Leapp de zegen van het hoofdkantoor vanwege zijn focus op de circulaire economie. â€œZeker als grote retailer kan je je daar in deze tijd niet meer voor verstoppen.â€