

Coolblue: 'Winkels groeiden harder dan online'

04-05-2016 07:10



De winkels van Coolblue groeiden vorig jaar harder dan zijn websiteverkoop. "Dat zegt heel wat, want onze websiteverkoop groeiden ook heel erg hard", zegt oprichter en ceo Pieter Zwart tegenover [7 Ditches](#).

De totale omzet van Coolblue nam vorig jaar met 54 procent toe ten opzichte van een jaar eerder en kwam uit op 555 miljoen euro. De retailer liet bij de bekendmaking van die cijfers al weten dit jaar twee winkels aan de huidige zeven toe te voegen. Dat worden er waarschijnlijk drie, zegt Zwart nu. "De winkel is zeker nog niet dood."

Er zijn volgens Zwart echter wel veel minder vierkante meters nodig in de retailmarkt. Hij denkt dan ook niet dat de laatste keten is omgevallen. "Er zullen er nog heel veel volgen", stelt hij.

Veel grote, traditionele retailers zijn volgens hem zwak gepositioneerd om een antwoord te kunnen bieden op de steeds veranderende klantvraag. Ze hebben weliswaar inkoopvolumes of een aantrekkelijk assortiment, maar bijvoorbeeld niet de juiste bedrijfscultuur, type werknemers, financiering of balans. Als hem gevraagd wordt of de strijd al gestreden is, zegt Zwart: "Er zit een verschil tussen wanneer je terminaal bent en wanneer je echt je laatste adem uitblaast."

De winkels van Coolblue leveren volgens Zwart bijdrage aan beide doelstellingen van zijn bedrijf:

klanttevredenheid en winstgevendheid. Hij geeft in het interview vijf redenen waarom Coolblue winkels opent. Bekijk het gehele video-interview van 7 Ditches op [RetailWatching](#).