

Coolblue ziet winkel als '3D-advertentie'

30-04-2018 14:50



Coolblue merkt dat het openen van fysieke winkels zorgt voor meer vertrouwen bij consumenten. "We noemen het ook wel een 3D-advertentie", aldus topman Pieter Zwart in [Het Parool](#).

Coolblue is bezig met het opzetten van nieuwe fysieke winkels, zegt Zwart. Hij ziet dat er online meer wordt gekocht in de omgeving waar een winkel is geopend. "Het geeft vertrouwen, je kent Coolblue omdat er daar een winkel van is", zegt Zwart. Daarnaast volgens hem minder producten teruggestuurd, omdat problemen in de winkel kunnen worden opgelost. De elektronicaverkoper heeft inmiddels negen vestigingen waarvan twee XXL-locaties.

Coolblue introduceerde begin deze maand zijn eigen fietsbezorgdienst. Daarmee rijdt het inmiddels rond in Eindhoven, Den Haag, Rotterdam en sinds deze week ook Amsterdam. De retailer wil het aantal fietsbezorgers het komende jaar uitbreiden tot 'enkele tientallen', waarvan een groot deel in de hoofdstad. Daarmee richt Coolblue zich op plekken waar het 'niet erg prettig' is om pakketjes met busjes af te leveren, met name de grote steden.

De nieuwe [pakketjesmachine](#) die Coolblue vorig jaar in gebruik nam, was mede gericht op de plannen om met de fiets te bezorgen, zegt Zwart. De machine past dozen automatisch aan op de grootte van de bestelling, waardoor er minder opvulmateriaal wordt gebruikt en minder lucht wordt vervoerd. "Toen konden er veel meer doosjes in een fiets en kon het economisch ook om zelf met voldoende stopdichtheid pakketjes rond te

brengen."