Meer en betere winkels: de groeiplannen van Coco & Sebas

19-07-2022 14:00

Branded content

Zeven winkels, elk met een unieke signatuur passend bij de locatie, waarbij alles om chocolade en verleiding draait. Het moet gek lopen, komen er niet veel meer filialen van Coco & Sebas. Remy Rombouts, oprichter en mede-eigenaar van het succesvolle chocoladeconcept is nog lang niet klaar. Hij wil meer en betere winkels.

Onlangs opende Coco & Sebas in Amsterdam, Knokke, Amstelveen en Utrecht nieuwe filialen. Wat het eindstation is? “Geen idee, *the sky is the limit*”, zegt Rombouts. “De versnelling die we dit jaar hebben ingezet kan tot veel meer leiden. Ik heb me ontwikkeld van chocolademaker tot ondernemer en marketeer. Wat ik niet ben: aannemer. Ik heb geleerd dat je soms moet durven loslaten. Bouwrealisatie van onze winkels bijvoorbeeld, dat laten we een specialist op dat gebied.”

Rombouts is van huis uit patissier maar werkte ook in sales. In 2017 besloot hij terug te keren naar zijn liefde: chocolade maken. “Chocolade is een mooie markt, maar wel een die een tikkeltje ouderwets was, vond ik.” Hij bedacht Coco & Sebas, een concept waarin pure chocoladeverleiding binnen een *hospitality mindset* wordt gepresenteerd. Verleiding zit daarbij in smaak en product en de luxe verpakking ervan, maar ook in de winkels zelf. “Die moeten net zoveel liefde, verleiding en luxe uitstralen, sfeervol en toegankelijk zijn. Het visuele is voor ons heel belangrijk.”

Te luxe winkel

Nadat in 2018 de eerste winkel in Eindhoven opende pakte Rombouts door. In Best - de plek waar het atelier zit en de productie plaatsvindt – opende hij een filiaal. De verbouwing werd in eigen beheer gedaan. “Het werd een highend store, met veel zwart, marmer en koperaccenten. Iedereen vond het prachtig, er kwamen genoeg mensen binnen." Toch bleef de verkoop achter. "Ging de luxe uitstraling van de winkel te ver, durfden klanten nog te kopen? We zijn er na een jaar mee gestopt om pas op de plaats te maken en ons te concentreren op levering aan derden. De wens om winkels te openen bleef bestaan.”

In Den Bosch opende in 2019 een nieuwe winkel, aan de Vughterstraat, dé plek voor ambacht en

speciaalzaken. Nog steeds verleidelijk qua uitstraling, maar minder *over the top* dan in Best. Ook hier werd in eigen beheer verbouwd. “Een helse klus, ondanks dat we samenwerkten met een vaste aannemer", zegt Rombouts. "Wij zijn geen experts op het gebied van airconditioning, aanleg van elektra, behang, het optimale lichtplan en al die andere zaken die bij slimme en creatieve inrichting van een winkel horen. Projectmanagement op dat gebied? Dat is niet onze specialiteit. Je krijgt met zoveel hick-ups en verschillende leveranciers te maken. En alles staat onder tijdsdruk, je wilt volgens planning openen. Toen deze winkel stond zijn we op zoek gegaan naar een landelijke speler die projectmanagement voor ons kon oppakken, een partner met een creatieve kijk op hospitality.”

De keus viel op Bulsink, een bouwbedrijf dat zich met honderd jaar ervaring in bouwprojecten tot leider in dit vakgebied ontwikkelde. Als general contractor van ontwerpfase tot supersnelle realisatie van retail-, hospitality-, leisure-, office en care-concepten ontzorgt Bulsink klanten. “Alle fases, van tekening tot turn-key opleveren, nemen wij voor onze rekening”, aldus acccountmanager Britt Mutsers.

Voor het nieuwste Coco & Sebas-filiaal in Amsterdam werden in overleg met de eigenaren ideeën uitgewerkt tot een formuleboek waarin tot in detail design, maar ook planning en prijzen werden meegenomen. “Voor ons is zo’n werkwijze aantrekkelijk", zegt Rombouts. "Retailers die net als wij aan meerdere filialen tegelijk werken hebben behoefte aan houvast, aan duidelijke deadlines."

Transparant, goed en snel

Zo maakte hij eerder eens mee dat de avond voor opening nog een deel van de winkelvloer moest worden

gelegd. Of dat de gekozen klimaatbeheersing toch niet paste bij het aantal vierkante meters van de winkel. "Moest de boel weer worden opgebroken. Dat wil je niet. Net zomin als discussie met een onderaannemer die zojuist een wand heeft behangen en, omdat jij een luchtbel constateert, als excuus aanvoert dat hij er ook niets aan kan doen omdat hij helemaal geen behanger is." Als opdrachtgever wil je zekerheid, benadrukt hij. "Het moet goed en snel gebeuren.” Britt Musters herkent het. “Klanten willen ontzorgd worden maar ook optimaal inzicht in trajecten hebben. Dat geeft rust. Om die reden maken we procesplanning transparant en beleggen we wekelijks op locatie een bouwvergadering. Ook zijn we voor onze klanten doorlopend op zoek naar nieuwe technieken.”

De ware match tussen de partners zit in meer. In creativiteit bijvoorbeeld. Rombouts: “Enerzijds zoeken we standaardisering, optimale herkenbaarheid van ons concept. Dat doen we met meubilair, signing en een goed lichtplan. Tegelijk willen we onze winkels karakter geven, passend bij de sfeer van de plek, lokaal ondernemerschap." Hij wijst erop dat Coco & Sebas vaak voor kleine panden kiest, wat een extra uitdaging met zich meebrengt. "Het vereist creativiteit in inrichting en oplossingen op maat. Hoe fijn is het dat er dan snel wordt geschakeld, dat tijdens een bouwvergadering al meteen door de designer met je wordt meegedacht en oplossingen worden gedeeld." Door gebruik van technologieën, zoals 3D-ontwerpen, virtual reality en augmented reality werden volgens hem tekeningen tot leven gebracht. De designer dacht mee en oplossingen werden meteen gedeeld. "Op zo’n manier voel je je als kritische opdrachtgever, want dat blijf ik, optimaal gehoord. Uit handen geven van winkelrealisatie is een grote stap maar het kan wel als er sprake is van vertrouwen.”

Sandra van Maanen