

PRESTO COMPANY

MEPPEL

NEDERLAND BELGIE

52°42'49.7"
06°11'37.3"

*Profile Ouwerling in
Huissen verbouwde
grondig met Presto
Company*



PROFILE *Ouwerling*
DE FIETSSPECIALIST

'Afgelopen jaar is de omzet zeker gegroeid'

Profile Ouwerling zit sinds 15 jaar aan de Huismanstraat in Huissen. Inmiddels werken er vijf medewerkers en vervult de fietsenzaak een regiofunctie. Profile Ouwerling levert A merken als Gazelle, Batavus, Koga en Sparta, heeft een professionele werkplaats voor reparaties en verkoopt (heel bijzonder) binnenbanden in een automaat aan de gevel. (foto automaat)

Na jarenlang in allerlei takken van de fietsbranche te hebben gewerkt, vond Guus Evers (1982) het in 2006 wel tijd worden voor zijn eigen winkel in zijn woonplaats Huissen. Het duurde uiteindelijk tot 2011 tot het er eindelijk echt van kwam. Na de overname door Ouwerling volgde een ingrijpende bouwtechnische uitbreiding en verbouwing van

de gevels. Vervolgens was het medio 2015 tijd voor een compleet nieuw interieur. Guus Ouwerling besloot geen gebruik te maken van de standaard Profile winkelinrichter, maar Kees Jansma van Presto Company uit Meppel te bellen en hem om advies te vragen.

Waarom Presto?

Guus Evers: 'Binnen Dynamo Retail, waar Profile onder valt, hebben we een eigen medewerker die winkelinrichtingen doet. Maar dat was voor mij teveel standaard en te weinig aansluitend bij de beleving van nu. ik had zijn werk gezien bij Peerenboom in Wageningen.

Kees etaleerde al bij ons en Dat sprak me erg aan. Presto is Kees en Kees heeft een perfecte feeling voor wat er in de markt speelt. Hij heeft een bepaalde handtekening waar je je in moeten kunnen vinden. Er zijn meer interieurinrichters, maar daar kwam mijn gevoel niet naar voren. De klik met Kees was gewoon goed en ik had de indruk dat hij ons goed kon helpen. Gelukkig was het geen probleem voor Dynamo Retail dat ik een andere interieurinrichter koos. Zij snaptten wel dat wij onze eigen wensen hadden en een eigen jasje wilden.'

Werkwijze

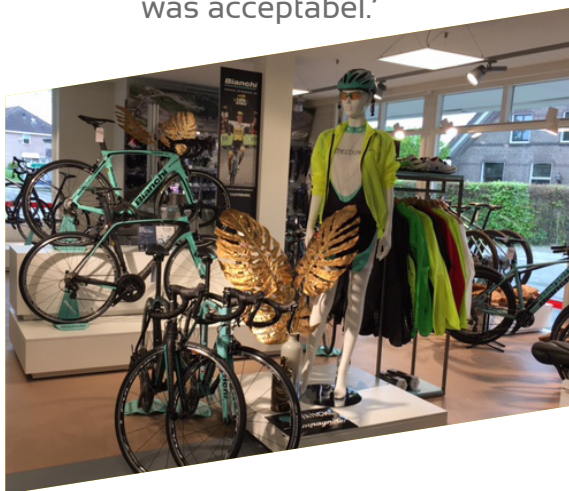
Guus en Kees gingen in gesprek en al gauw kwamen de wensen van Guus op tafel. Deze had wat voorbeelden in het land bekeken en wel een idee wat er in zijn zaak moest gebeuren. 'We hadden hier zo lang naar toe geleefd. Alle fietswinkels om ons heen sliepen, maar wij wilden echt iets nieuws. In de beleving van onze klanten klopte het beeld misschien nog wel, maar wij waren er echt klaar mee. We wilden echt alles aanpakken, ook omdat het niet alleen puur cosmetisch was. Want het gaat niet alleen om een mooi plaatje, je hebt ook te maken met een werkplaats, de routing, dat je elkaar niet in de weg zit', aldus de ondernemer. 'Er was sprake van achterstallig onderhoud en we willen er sowieso weer tien jaar mee vooruit.



Kees maakte vervolgens wat sfeerimpressies met geschikte kleuren, materialen en verlichting. Toen heeft hij de plattegrond gemaakt, waar we toch nog wel behoorlijk in hebben geschoven. Samen hebben we het geheel gefinetuned.'

Aan de slag

Kees benaderde een installateur en meerdere interieurbouwers. Guus: 'Kees heeft het hele interieurbouwtraject gedaan. We zijn bijna vier weken dicht geweest en in die tijd werd de hele winkel gestript. We hebben alles aangepakt, van de vloeren tot de plafonds en alles wat daartussen zit. Om het in het geraamde tijdsbestek van vier weken te doen, hebben we uiteindelijk gekozen voor een lokale installateur, die bijvoorbeeld ook kon schilderen. Anders hadden we te maken met teveel onderaannemers, waardoor je planning in de soep kan lopen. Uiteindelijk is de verbouwing slechts vier dagen uitgelopen, dus dat was acceptabel.'



Hoe was de samenwerking?

Toen de hele winkel leeg was, voelde Guus zich redelijk onmachtig. 'Je staat voor je zaak en daar loopt 25 man af en aan. Dat brengt best wat onrust met zich mee, daar ben

ik eerlijk in. Ook financieel is het natuurlijk een behoorlijke aanslag op je portemonnee, dus ik vond het best spannend. Tijdens de verbouwing hebben we nog een paar keer contact gehad met Kees, over bijvoorbeeld de kleur die bij nader inzien toch niet goed uitpakte. Kees heeft dat goed opgelost en binnen een paar uur konden we weer verder met een betere kleur.'

Hoe is het resultaat?

Guus is zichtbaar trots op zijn zaak wanneer hij een korte rondleiding verzorgt. De winkel is overzichtelijk, met een aparte plaats voor bijvoorbeeld de kinderfietsen, de e-bikes en de accessoires. Daarnaast is er een complete shop in shop van Bianchi ingericht. Guus: 'We hadden de webshop al een paar jaar, dat was een beetje een uit de hand gelopen hobby. Maar het merk van de top racefietsen mocht meer zijn eigen plekje krijgen. Ik heb daarvoor ideeën opgedaan in Milaan en Bergamo. Daar hebben ze een soort cafés met een winkel ingericht. We hebben dat zo goed mogelijk vertaald naar een werkbaar concept in de huisstijl van Bianchi, met het specifieke celeste kleurtje mintgroen. Dat was trouwens nog een heel gedoe, want die kleur zit op het frame en de kleding, maar er is geen kleurcode van. Kees heeft daarom meerdere kleurstalen die het meest in de buurt komen, langs alles gelopen. En zo de juiste kleur vastgesteld voor bv de paskamers. Wij zijn de enige in Nederland met een Bianchi store, waar mensen ook helemaal opgemeten worden. Dit trekt zeker een nieuwe doelgroep. Mensen uit heel Nederland komen hier. Het gaat over fietsen van vijfduizend euro, dan wil je toch de tijd voor nemen.'



Wat vonden de klanten er van?

De opening was in maart 2016. En gelukkig viel de metamorfose in goede aarde. Guus: 'De reacties waren echt erg positief. Nog dagelijks horen we dat mensen het mooi vinden. Ze zijn over het algemeen enthousiast over het sfeertje wat er hier hangt. En ik ook. Waar ik kan, vertel ik mensen dat ze voor een mooie verbouwing bij Kees moeten zijn. Ik beveel hem en zijn bedrijf van harte aan.'

Zo weer overdoen

Ondanks dat de verbouwing ingrijpend was en voor heel wat figuurlijk bloed, zweet en tranen heeft gezorgd, zou Guus het zo weer over doen. En ook met Kees. 'Het is een hele goede keus geweest om met hem te verbouwen', zo vertelt hij. 'Afgelopen jaar is de omzet zeker gegroeid. En dat is best bijzonder in een neergaande markt. De beleving zorgt zeker voor een bepaalde extra omzet. Het goed presenteren van onze fietsen en het creëren van een beleving werkt absoluut. Het is het waard geweest. We schrijven de investering af over tien jaar, maar profiteren er nu van. Daarnaast is de werksfeer ook prettiger. Het klimaat is beter, door bijvoorbeeld de vloerverwarming. Vroeger was het in de winter geen pretje om hier te zijn. Dat is nu wel anders, iedereen staat hier lachend te werken.'