

Etalage in winkelstraat ook te gebruiken als webshop

Wesley Weerdenburg

FOTOGRAFIE: WALTER KALLENBACH



Tekst: Jacques Geluk

Hij ontwikkelt websites en -winkels sinds zijn dertiende. Nu, zestien jaar later, werkt Wesley Weerdenburg aan innovatieve oplossingen om winkeliers te helpen hun klanten te behouden. Zoals YourcityWebshop, het webwinkelplatform dat de online en offline retailer met elkaar verbindt, en zijn jongste product de Glass Shop Wall: een fysieke glazen winkelruit, die tegelijk een webwinkel of digitale pop-up store is. Een unieke koppeling tussen offline en online shoppen, maar ook een mogelijkheid om voorbijgangers te informeren of gepersonaliseerde aanbiedingen te doen.

Gezellig winkelen in de stad en tegelijk profiteren van de voordelen die webshops kunnen bieden. Een product kopen als de fysieke winkel nog niet open of al gesloten is. Het kan straks allemaal dankzij de Glass Shop Wall. Dit innovatieve marketing- en verdienmodel voor de detailhandel stimuleert de verkoop en zorgt ervoor dat het winkelende publiek fysieke winkels blijft bezoeken. Deze ontwikkeling begint in 2011 als Wesley Weerdenburg Barcelona bezoekt en merkt dat veel winkels in de bruisende winkelstraat Passeig de Gràcia, midden in augustus wanneer toeristen de stad overspoelen, gesloten zijn. Daar komt hij voor het eerst op het idee voor een Glass Shop Wall, waardoor winkeliers ook bij afwezigheid via een speciale multikanaals winkelruimte producten kunnen blijven aanbieden. Het winkelend publiek kan ze vervolgens mobiel bestellen en betalen. De gemeente bijvoorbeeld kan deze ruiten, per winkel of zelfs per straat of wijk, als informatiezuil gebruiken en de winkelier daarvoor een bepaald bedrag betalen. “We veranderen de reis van de klant en creëren een beleving die er eerst niet was. Dat geldt natuurlijk ook als winkels gewoon open zijn”, vertelt Wesley. “Ik wilde gewoon winkelen en mijn verbazing over het feit dat dit niet kon heeft uiteindelijk geleid tot een uitgewerkt idee en een mooi bedrijf.”

Het idee ligt een jaar op de plank omdat Wesley het megadruk heeft met zijn andere klant- en bedrijfsactiviteiten. In 2014 brengt hij het concept naar buiten, want dan is de glastechniek pas echt klaar voor gebruik. “Het werkt nu”, zegt de jonge ondernemer, nadat hij met een schaalmodel een demonstratie heeft gegeven. “De focus ligt de komende tijd op het op de markt brengen en implementeren van de Glass Shop Wall.” Klanten en voorbijgangers kunnen gewoon door de etalageruimte kijken en de fysieke producten zien en krijgen bijvoorbeeld tegelijk een filmpje voorgeschoteld dat de verschillende mogelijkheden en toepassingen ervan belicht. “We vervangen de winkelruimte door een nieuwe met een minimale dikte van 12 mm, waarin de techniek is verwerkt, of plaatsen de techniek (in een glasplaat van 4 mm) op de bestaande etalage. Het maximale formaat is op dit moment veertig vierkante meter.” Achter het glas staat een beamer die schuin van onder- of bovenaf beeld in full HD-kwaliteit projecteert, gebruikmakend van de zogenoemde short throw-techniek die ervoor zorgt dat de ruit ook als ouderwetse etalage in gebruik kan blijven. De mate waarin mensen naar binnen kunnen kijken is instelbaar. “Met behulp

‘Klanten en voorbijgangers kunnen door de etalageruimte fysieke producten en tegelijk een filmpje zien dat de verschillende mogelijkheden ervan belicht’

van elektroden kunnen we waterstofdeeltjes in het glas aansturen en als het ware lamellen in het glas bedienen. In stapjes van drie procent wordt het helderder of matter.” De ruiten zijn meestal uitgevoerd in mat grijs, maar ook andere kleuren zijn mogelijk, bijvoorbeeld voor gebruik tijdens speciale evenementen en campagnes.

De toepassingen van de Glass Shop Wall zijn vrijwel eindeloos. “Verzekeraars – met wie we afspraken maken – zijn bang dat verzekerde producten achter de ruit blijven liggen als een winkel gesloten is. Kostbare zaken, zoals juwelen, worden daarom elke avond weggehaald. Dan is de etalage leeg en onaantrekkelijk. Als wij onze techniek plaatsen zijn de producten nog steeds te zien (en zelfs te bestellen), ook als ze fysiek zijn weggehaald. Winkels kunnen wisselende aanbiedingen laten zien. Restaurants kunnen ’s morgens informatie geven over het ontbijt, ’s middags over de lunch en ’s avonds over het diner, terwijl voorbijgangers door de ruit heen kunnen zien of het binnen gezellig is. Via het web kunnen we die informatie aansturen, maar we werken aan een oplossing waarbij uitbaters en winkeliers dat via ons mobiele platform en een app zelf kunnen doen op elk gewenst moment. Dat kan op één ruit, maar met behulp van ‘narrow casting’, ook op de Glass Shop Walls van alle filialen.” Op dezelfde manier zijn de digitale etalageruimtes te gebruiken om informatie of oproepen te plaatsen, zoals amber alerts of berichten over verkeer-shinder.

NIEUWE ‘FUN’-FACTOR

Het bedrijf van Wesley Weerdenburg praat over een koppeling met televisiemaatschappijen, waardoor de schermen in de winkelruimtes bijvoorbeeld gedurende 20 seconden doelpunten laten zien als het Nederlands elftal speelt. “Mensen hoeven dan niet meer op hun mobiel te kijken, maar blijven op de hoogte terwijl ze aan het winkelen zijn. Een nieuwe ‘fun’-factor in de winkelstraat.” Lachend: “We zijn disruptief bezig met marketing en doen dat een beetje brutaal.” De Glass Shop Wall is ook een oplossing voor bijvoorbeeld ziekenhuizen en stadions. “Als wij een ‘glazen muur’ plaatsen in het dak van een stadion kunnen we daarmee de lichtinval regelen of dimmen, maar we kunnen er ook wat op projecteren voor een megapresentatie van 300 inch (7,6 meter) bijvoorbeeld. Daarover zijn we in gesprek.” Glass Shop Wall is deelnemer van The Store of the Future in winkelcentrum Nieuw Babylon in Den Haag. Wesley: “Wij zijn

daar sinds augustus actief. Daar laten we ook zien dat onze ruit in feite ook een hele grote tablet kan zijn die met infraroodtechniek werkt en een aanraakscherm heeft. Consumenten kunnen als ze na sluitingstijd langs een winkel lopen producten op het scherm in de ruit aanklikken en ze eventueel kopen door op hun smartphone betaalgegevens in te voeren. Wanneer iemand in het klanten-

‘Winkeliers kunnen niet meer zonder onlinemogelijkheden’

bestand staat en het systeem herkent zijn of haar mobiel tijdens het langslopen kunnen we een gepersonaliseerde aanbieding doen, die diegene thuis kan zien en eventueel bestellen bij de winkelier. Het respecteren van de privacy staat daarbij hoog in het vaandel.” Volgens Wesley zijn nog niet al deze mogelijkheden nu al technisch of qua kosten haalbaar, maar zullen ze dat binnen afzienbare tijd wel zijn.

Voor de verdere voortgang van het project is samenwerking belangrijk. “We zijn in gesprek met diverse buitenlandse partijen, omdat we altijd zoeken naar partners – zoals nu Epson die de hardware levert voor Glass Shop Wall – die wereldwijd kunnen leveren.

Samen met de fabrikanten overleggen we hoe we het niveau van deze Glass Shop Wall in de toekomst verder kunnen verhogen.”

HOLLAND STARTUP RADIO

Naast YourcityWebshop, het gezamenlijke webwinkelplatform dat een praktische oplossing biedt voor uitdagingen waar de detailhandel mee te maken heeft, en Glass Shop Wall is Holland Startup Radio een nieuwe activiteit. “Startende ondernemers kunnen in een speciale internet-radioshow, waarin ik gastheer ben, hun verhaal vertellen aan collega’s, investeerders en bedrijven en op die manier hun ideeën en producten promoten”, aldus Wesley, die actief is binnen jongerencommunities en jonge ondernemers graag gratis op weg helpt met kennis, netwerkinformatie en gratis opslag op zijn servers. “Netwerken zijn de sleutel tot succes.” Via zijn IT-bedrijf, dat op professionele wijze de activiteiten voortzet die Wesley al sinds zijn dertiende uitvoert, biedt hij jongeren en anderen – uiteraard tegen betaling – webhosting, domeinregistratie en websiteontwikkeling aan. “We ontwikkelen verder een nieuw product dat we nog niet nader kunnen noemen. Het is een vrijwel drempeleze retail-oplossing, waarvan we zeker weten dat er vraag naar is en die past binnen de deeleconomie. Ook dit product combineert online en offline en is daarmee een extra handvat voor de detailhandelaar, die het nog vaak heel moeilijk heeft.” Hij benadrukt dat winkeliers met een fysieke win-

kel niet meer zonder een webshop of andere onlinemogelijkheden kunnen. “Dat is noodzaak, ook al genereert slechts tien procent van de webwinkels geld. Het gaat erom dat je aanwezig bent en klanten zien dat je in online investeert.”

KOK

Het levensverhaal van Wesley Weerdenburg ten slotte maakt duidelijk waar zijn passie vandaan komt. Als jonge tiener bekwaamt hij zich in het ontwikkelen van websites, waaronder zijn eigen, en webshops en na enige tijd krijgt hij zelfs betalende klanten. Hij verkoopt webhosting en repareert computers. Zijn grote droom is echter kok worden en dus volgt hij de horecaopleiding. Na korte tijd weet hij al dat hij daarmee niet verder zal gaan, maar hij maakt de studie wel af. “In die periode heb ik mezelf wel wegwijs gemaakt in de Microsoftwereld (Windows, Office, SharePoint) en startte mijn carrière als IT-er. Ik bouwde een datingsite en een site voor webmasters, heel divers. Dat heb ik lang gedaan naast mijn activiteiten voor mijn eigen bedrijven die ik opstartte en voor voornamelijk multinationals, die Microsoft-producten gebruiken. De kennis die ik daar opdeed, maar ook bij andere bedrijven die mij vroegen te helpen bij het oplossen van problemen, heeft mij flink verder geholpen.” En dat is nu precies de kennis en ervaring die Wesley op zijn beurt weer doorgeeft aan jongere startende ondernemers en aan de bezoekers van zijn lezingen. 🎓

Wesley Weerdenburg is ondernemer, spreker en innovator. In zijn lezingen focust hij op detailhandel-oplossingen (vaak vanuit zijn belangstelling voor en kennis van IT), startups en het bevorderen van ondernemerschap. De door hem bedachte Glass Shop Wall staat in de top 10 van retail innovaties (2014). Hij heeft bovendien de Summer Startup Awards 2015 gewonnen van Founded in Holland. Wesley heeft de horecaopleiding afgerond, even informatica gestudeerd (‘dat ging over hoe je een toetsenbord en een muis aansluit’) en Microsoftopleidingen gevolgd. Hij heeft certificaten gehaald en is Sharepoint-expert. Meer informatie: glassshopwall.com en weerdenburg.net.

wesleyweerdenburg@speakersacademy.nl

