

DEVIALET STORE IN 'S GRAVENMOER

Hightech met een lage

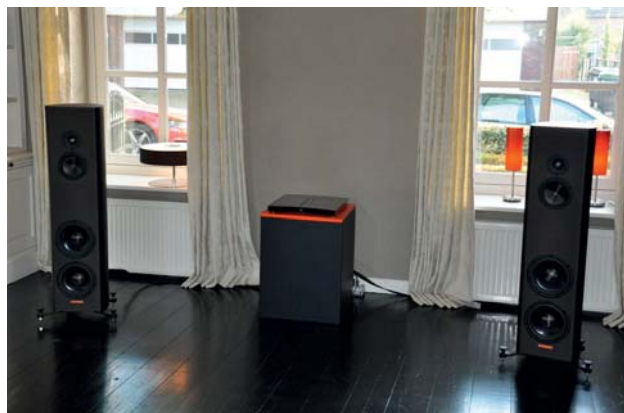
drempel

Als je door het weelderige Brabantse landschap rondom het dorp 's Gravenmoer naar de bijzondere winkel van Michel Keyner rijdt ben je, zonder dat je het in de gaten hebt, eigenlijk al met de voorbereiding van 'de ervaring' bezig. De sfeer van ontspanning en gemoedelijkheid houdt daar namelijk niet op bij de drempel. De handdruk is warm en uitnodigend, hoewel bij binnenkomst ook meteen duidelijk wordt dat het hier om serieuze zaken gaat. Een winkel die geheel in het teken staat van het sterk aan de weg timmerende Franse hightech hifi-merk is op zich al een bijzonderheid, en de manier waarop Michel de zaak aanpakt past heel goed in dat concept.

Om de ervaring voor de lezer nog even wat verder in te kleuren: het pand uit het jaar 1900 is een fraai gerestaureerde voormalige bakkerij. In wat nu de Devialet Store is lagen vroeger de broden en gebakjes uitgestald, maar waar eens een drukke dagelijkse bedrijvigheid heerste vind je nu een voorname rust. Dat wil niet zeggen dat er hier niet hard gewerkt wordt, maar alles is gericht op het creëren van een prettige sfeer. De kamer is ruim en er zijn allerlei kleine kleuraccenten in oranje geplaatst, want dat is de huiskleur van Devialet. Tegenover de

zeer comfortabele bank staat een paar Magico S3 luidsprekers opgesteld met daar tussenin een Devialet 250 versterker. Bronnen zijn niet zichtbaar, maar die blijken in de 'black box' (zoals Michel hem noemt) te zitten waar de versterker op staat. De meest voor de hand liggende onderdelen van de set staan in het zicht, en datgene waar het tijdens de adviesgesprekken volgens mij veel méér over zal gaan staat verdekt opgesteld. Interessant... Ik ben benieuwd wat daar de achterliggende gedachte voor is. En ik word wat dat betreft op mijn wen-

ken bediend. In het zeer interessante gesprek dat volgt komen zoveel aparte zienswijzen en uitspraken voorbij dat ik voortdurend de uitdaging voel om na te denken over de visie van Michel, en om me er een mening over te vormen. Hij praat erover alsof het allemaal vanzelfsprekend is, maar er gaat een zeer gedetailleerd en - ik mag wel zeggen - ook uiterst ambitieus plan achter schuil. Michel heeft voor mijn komst een kleine presentatie voorbereid. Hieruit blijkt wat de strategie is die hij voor zijn winkel heeft ontwikkeld. Hij wil binnen drie



jaar op lokaal niveau de nummer één zijn als mensen denken aan hifi, en voor de 'periferie' gaat hij voor derde plaats. Hij noemt dat zijn 'top-of-mind' strategie, een term die aangeeft welke gedachte je het eerste te binnen schiet als je een bepaald gegeven voorgelegd krijgt. Om dat te bereiken wil hij vooral gebruik maken van moderne technologie, waarbij hij trendsetter in de markt is, als ultra-gespecialiseerde winkel met de hoogst mogelijke 'customer value'. En alsof hij mijn gedachte raadt dat dat eigenlijk best wel dingen zijn waar iedere hifi-winkelier zich graag mee afficheert, steekt hij van wal om een uitgebreide toelichting te geven.

Modern

Voor Michel is dit een uitgemaakte zaak, maar binnen de hifi-branche is het tot op de dag van vandaag een heet hangijzer: welk uitgangspunt kies je? Bij de Devialet Store heerst daar geen enkele onduidelijkheid over, een modern hifi-

systeem is woonkamervriendelijk en heeft een streamer als bron. Dát heeft de toekomst, omdat zowat alle vormen van muzikaal entertainment erin samenkomen. Van internetradio met een lage bitrate tot High Resolution Audio vanaf een RipNas. De meeste mensen consumeren hun muziek tegenwoordig digitaal en ze stellen daarbij hoge eisen aan de eenvoud en de gebruiksvriendelijkheid van hifi-systemen. Dat geluidskwaliteit daarbij niet altijd de belangrijkste factor is doet Michel niet zoveel. Hij is ervan overtuigd dat hij, door te laten horen welk niveau van weergave uiteindelijk mogelijk is, de mensen die bij hem komen vanzelf op het spoor van betere weergave kan zetten. Om te demonstreren dat de versterkers van Devialet de ultieme partner zijn voor streaming audio zijn er permanent acht verschillende digitale bronnen met vijf verschillende soorten digitale verbindingen beschikbaar, waaruit tijdens de demonstratie kan worden gekozen. Het bes-

te is wat dat betreft niet goed genoeg. Alles wat Michel binnen de Store doet heeft de bedoeling om voor de bezoeker het uiterste aan informatie, maar ook aan plezier uit de ervaring te halen.

Trendsetter

Ook zo'n woord dat je in de hedendaagse marketing nogal eens tegenkomt, maar waar bij wat doorvragen niet veel achter blijkt te zitten. Niet zo bij de Devialet Store. Michel heeft geen zitvlees, hij is altijd bezig met nadenken over nieuwe concepten die het voor zijn prospects (zo noemt hij - heel logisch eigenlijk - klanten die nog niets bij hem gekocht hebben) zo leuk en zo gemakkelijk mogelijk te maken om zijn winkel te bezoeken. Eén van die dingen is de online afsprakenmodule die is gekoppeld aan zijn agenda. Door naar de website van de Devialet Store te gaan kun je 24 uur per dag heel eenvoudig een afspraak voor een demonstratie plannen, waarbij je overigens niet alleen het tijd-





stip vastlegt, maar ook uitgebreid kunt aangeven welke set je wil beluisteren. Het is ook mogelijk om een thuisdemo aan te vragen, en omdat lang niet iedereen zomaar tijd heeft tijdens de gewone winkeluren is de Devialet Store 7 dagen per week open, van 8 uur 's morgens tot 10 uur 's avonds. In de moderne 24-uurs-economie misschien helemaal geen rare gedachte, maar ik ken niemand anders die dit doet. "Ja", zegt Michel als ik mijn bewondering hierover uitspreek, "je moet er wel wat voor willen doen. Mijn bedrijfsmotto is niet voor niets Bij Voorkeur Anders Dan Anderen (met kwaliteit)."

Een ander concept dat eind 2014 klaar moet zijn is een App waarmee prospects en klanten op elk gewenst moment en vanaf elke locatie gebruik kunnen maken van de afsprakenmodule. Op mijn vraag of hij denkt dat daar veel gebruik van zal worden gemaakt krijg ik een verrassend antwoord: "Weet je, ik heb daar geen idee van. Ik hoop natuurlijk van wel, maar ik vond het zo'n gaaf idee dat ik het gewoon in gang heb gezet. Want

zelfs als het niet gebruikt gaat worden is het wél weer zo'n dingetje van die kerel uit 's-Gravenmoer. Een beetje rumoer maken op zijn tijd is ook niet erg..." De App zal eerst alleen in de Google Playstore te vinden zijn, maar ook voor Apple is er een in ontwikkeling. Over een ander project waar hij mee bezig is kan hij nog niet zo heel veel loslaten omdat het pas voor het eerste kwartaal van 2015 op stapel staat, maar na enig aandringen wil hij toch een tipje van de sluier oplichten. Het gaat om een aanvullende functie van de afsprakenmodule die het gebruiksgemak en het 'keuzegenot' sterk moet gaan vergroten. Riep daar iemand trendsetter?

Ultra Specialist

Ook dit zou een inkoopertje moeten zijn, maar Michel zegt dat hij aan vragen die hij uit de markt krijgt merkt dat er nog heel wat winkels zijn die niet voldoende weten over streaming audio. "Dat verbaast me een beetje, want ze willen het wél graag verkopen," zegt hij. Bij de Devialet Store staan zoals gezegd acht

verschillende digitale bronnen opgesteld met vijf verschillende verbindingen. "Daar kun je alleen een goed advies over geven als je echt *alles* over die apparaten weet. Hoe kun je anders bepalen wat voor je klant de beste oplossing zou zijn? Je moet op elke wens en vraag voorbereid zijn, of op zijn minst in staat om heel snel een antwoord te vinden. Ook dat kost tijd, maar het is je gereedschap, dus daar investeer ik graag in."

De hoogste 'customer value'

Dat is natuurlijk een heel subjectief gegeven, maar Michel streeft ernaar om altijd net dat beetje extra te bieden waardoor mensen besluiten om bij hem te kopen. Daarbij zijn alle eerder genoemde factoren van belang, maar het zit hem natuurlijk ook in de manier waarop je mensen benadert als je ze eenmaal in je winkel hebt. "Klanten zijn fun," zegt hij, "en dat moet je ze laten merken. Goed luisteren, assertief reageren op vragen en wensen, en vooral respect hebben en de klant in zijn waarde laten. Je moet niet *tegenover* een klant gaan zitten



maar *ernaast*, als een soort hulp bij de inkoop.” Dat dit voor Michel geen holle frasen zijn blijkt uit de diepere ambitie die hij, met een brede glimlach en een knikje naar zijn hond Bailey, opbiecht: “Mijn ultieme doel is om klanten kwispelend naar huis te laten gaan. Als ze blij worden van mijn verhaal en de demonstratie die ik ze geef heb ik het goed gedaan. Ik streef naar totale ontzorging en daar ga ik heel ver in.”

De andere winkel: Audiofile

Dit verhaal is niet compleet zonder even stil te staan bij Audiofile, de ‘andere winkel’ van Michel. Dat is namelijk de basis van alles, en zonder Audiofile was de Devialet Store niet mogelijk geweest. Audiofile specialiseert zich nadrukkelijk in de betere hifi, maar maakt daarbij een aantal opmerkelijke keuzes. Een breed merkenpakket, maar een beperkt aantal ‘soorten’ apparatuur. Eigenlijk is het heel simpel: ook bij Audiofile gaat het over streaming als bron, geïntegreerde versterkers en voornamelijk kleine, huis-kamervriendelijke luidsprekers. Van een

instapniveau van ongeveer 2000 euro tot absolute high-end met een bijbehorend prijskaartje. Audiofile is, als winkel, ook apart te bezoeken in een rustiek ogend maar luxueus ingericht gebouw achter het huis van Michel. De ene helft van de ruimte is ingericht als luisterhoek waar één set staat opgesteld, en aan de andere kant staat, rondom een grote, typisch Brabantse koffietafel, een keur aan apparatuur en luidsprekers in wandmeubels, overzichtelijk ingedeeld op soort en type. “De Devialet Store doe ik náást deze winkel,” zegt Michel. “Ze zijn met elkaar verbonden door de filosofie die ik hanteer, maar bestaan ook los van elkaar door de verschillende invulling die ik eraan heb gegeven.”

Veel geleerd

De benadering van Michel kwam in eerste instantie wat abstract op me over, iets wat ik bij een tweede ontmoeting ook heb toegegeven. Maar gedurende ons gesprek werd ik steeds enthousiaster omdat ik de enorme drive en oprechtheid achter de hele bedrijfsfilosofie

begon te snappen. Er is helemaal niks mis met het uitstippelen van een ambitieus plan, ook (of vooral) niet als anderen erdoor naar hun voorhoofd gaan wijzen. Hoog mikken lijkt in Nederland soms wel eens ‘not done’, maar ik begin na het gesprek met Michel te geloven dat die opvatting vaak gewoon voortkomt uit gebrek aan ambitie. En hoewel ik mijzelf geenszins als graadmeter wens te presenteren denk ik dat mijn eigen ‘turn-around’ na zijn uitgebreide toelichting hét bewijs is dat Michel het wel eens bij het rechte eind kon hebben. Ik heb veel geleerd tijdens dit bezoek. Hightech met een lage drempel? Daarvoor moet je bij de Devialet Store zijn.

Max Delissen

DEVIALET STORE
HOOFDSTRAAT 30
5109 AC 'S-GRAVENMOER
TEL: 0162-312342
WWW.DEVIALET-STORE.NL
WWW.AUDIOFILE.NL

► END