

# VOORWOORD.

Een woord vooraf.

Er zijn weinig onderwerpen waar meer boeken over zijn geschreven dan over 'Ondernemen'. Behalve dan over 'Managen', want dat schijnt nog moeilijker te zijn.

Ondernemen is echter heel eenvoudig! Je gaat naar de Kamer van Koophandel, je schrijft je in en je bent klaar: 100% ondernemer. Klaar, done, kun je wegstrepen van je todolijst. Zo zie je maar; het is niet alleen heel eenvoudig, het is ook nog eens bijzonder saai.

Dit in tegenstelling tot 'Slim Samenwerken'. Er is niets zo moeilijk als slim samenwerken.

Je hebt er een idee voor nodig, partners, een plan. Je moet je ego kunnen beheersen. En ermee om kunnen gaan dat je partners dat ook altijd heel goed lukt :)

Je moet kunnen vertrouwen, kwetsbaar durven zijn, risico's willen nemen, willen leren, doorzetten, af en toe zweten en soms zelfs een beetje bloeden.

Is er echt niets moeilijker dan slim samenwerken?

Jawel, slim samenwerken met een grote groep. Want dan heb je nog iets nodig namelijk: cultuur! Een set van ongeschreven regels, woorden en waarden die dit slimme samenwerken mogelijk maakt. Cultuur is de bron van slim samenwerken, van arbeidsvreugd, welvaart, vriendschap, kennis en ideeën.

Daar zouden ze nou eens een boek over moeten schrijven.

En dat is de paradox van Coolblue in zijn kern: ze moeten geen boek over cultuur schrijven, dat moeten we zelf doen. Zélf bedenken, schrijven, fotograferen, illustreren en opmaken. Dan wordt het anders, eigenzinnig, en misschien dat het zelfs gewoon verwondert.

Oh ja, en dat managen gaan we ook nog een keer leren.

Veel plezier met ons cultuurboek!

Pieter Zwart



# INHOUDE.

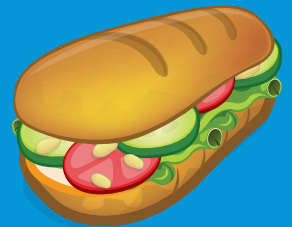
Wat waar te vinden.

**4 LIEF.**   
Collega's over collega's.

**20 VERGELIJKING.**   
Nederland versus België.

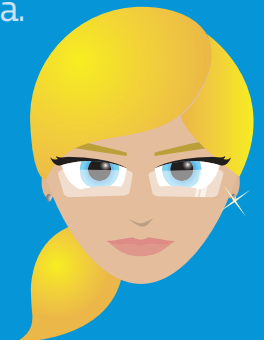
**24 HUISSTIJL.**  
Iets met een logo.

**26 BEROEMDE BROODJES.**  
Blij met ei.



**35 DE DIJK.**  
Geboorteplaats.

**54 GROEN BETEKENT KLAAR.**  
Het verhaal van Vanessa.



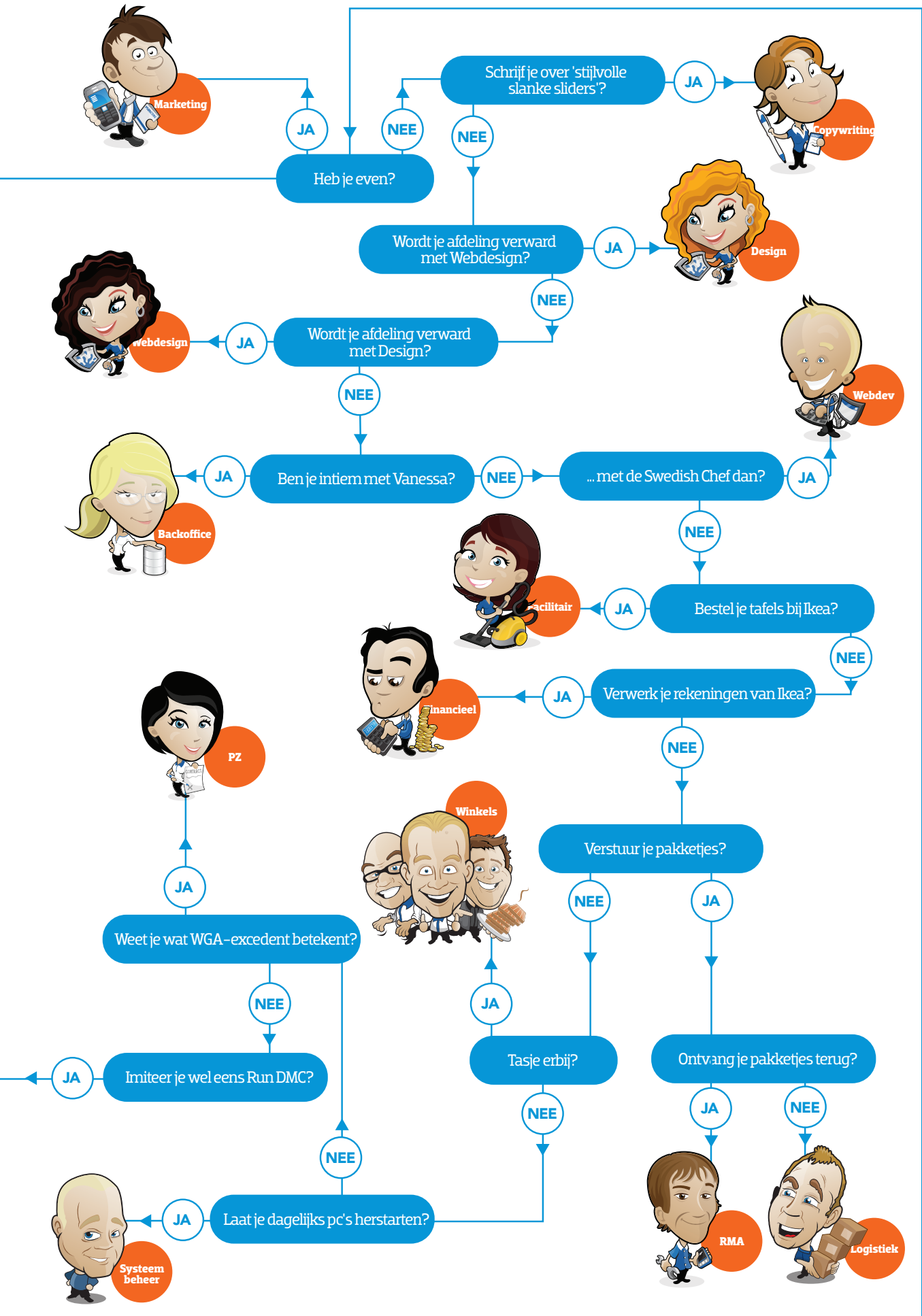
**64 TOP 10 GOEDE IDEEËN.**  
Die nooit zijn uitgevoerd.

# Waar werk ik ook alweer?



## WAAR WERK IK OOK ALWEER?

Verdwaald? Dat overkomt ons allemaal wel eens. Met 23 afdelingen en 10 keer zo veel mensen in dienst raak je soms het overzicht even kwijt. En met dit handige stroomdiagram ben je helaas nog veel verder van huis. Zeg niet dat we je niet gewaarschuwd hebben...





# LIEF.

Collega's over collega's.

mijn leukste/liefste/gaafste/  
gekste/... collega is: want...

Alle dames van HR: Ik kan niet kiezen.



victor welling  
omdat hij lekker recht  
voor zijn raap is!



Rowan Helmer: Kan iedere dag  
met en om hem lachen.

IEDEEREEN: ZO IS DAT.

Pieter zwart, Paul de Jong en Bart Kuijgers:  
ogrecht veel bewondering en respect voor hetgeen  
wat zij in 10 jaar tijd hebben neergezet.

Tim de Boer:  
je dansmoves  
zijn geweldig.

Iedereen is leuk lief gaaf en gek hierzo!  
Omdat het gewoon hart.

Jorieke van der Vlist: Ze zegt wat ze denkt.

Adel Ali: Die pakketten moeten wel de  
deur uit onder waanzinnige tijdsdruk.

Erik Stok: Die houdt  
me op het pad.

Martijn de Vries:  
De Johnny Jordaan van  
Rotterdam.

BART HARTONG: DE GEKSTE CONTROLLER DIE IK KEN...



Nick Seitzinger: Hij deelt zijn  
mening op z'n leuke manier

Maradona Achong:  
Hij kijkt altijd zo lief.

...ER NIET: HELE AFDELING IS LEUK.

Melissa Pattinama: Zij verdient het  
om in het zonnetje gezet te worden.

Patrick Rook: Omdat die man  
echt alles kan!



Mary Allijn de Jong:  
Lekkere broodjes

onmogelijke vraag: iedereen heeft zijn  
leuke/liefste/gaafste/gekste kanten!

Sacky Haliwela: Hij is altijd zo vrolijk, vind hem erg sociaal, ik kan  
erg met hem lach en op 't werk maar ook buiten werk!

Soel Melieste: Altijd lachen met die gozer!





Patrick Mooh: Hij is zo lekker droog.

Marita Macnack: die is altijd zo zorgzaam en goedlach.



Jenner Lugts: Hij pept me dagelijks op!



Ben Dieftiens: Het is al jaren mijn beste vriend.

EWOUT "RENÉ VAN DER GIJF" BUTER: Z'N HEERLIJKE ROTTERDAMSE SUBTILITEIT.

Martijn Dirkse: Ja toch..., lauw man.

Geert, Marjan, Bob, Miriam, Sander, Donnie, Mara, Andrej, Jeroen euhm mag de hele klantenservice ook?: We kunnen lachen, werken, huilen en geilen op gadgets.

Joost Bakker: we snappen van elkaar hoe we het beste werken en kunnen 's avonds goed een biertje drinken zonder over coolblue te praten.

Jenner Lugts: Hij pept me dagelijks op!

Vincent Korn: hij weet altijd alles.

Adel Ali: Hij is een ouwe rot in het vak (oudste van de ploeg). Goede serieuze gesprekken maar ook een lolletje.

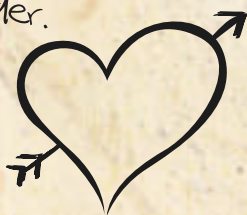
Jeffrey Hamelink: Iemand die op een zeer bijzondere wijze z'n collega's weet te motiveren.

IEDEREEN: OMDAT WE EEN TEAM ZIJN.

Al mijn collega's: Ze zijn allemaal even geh, anders wern je niet bij coolblue.

Wie niet?: We komen allemaal voor hetzelfde, en dat maakt ons bijzonder.

Tim Talboom: Hij betaalt mijn loon...



Fabian Boudewijn: Hij masseert mij altijd wanneer ik spierpijn heb.

Rian van der Made: Ik mag altijd sigaretjes van d'r bietsen.

Geoffrey Matkasjo: Altijd vrolijk.

WICHER HULZEBOSCH: ALTIJD EVEN SARCASTISCH.



Sander van Steenpaal: Brabo's zijn altijd gezellig!

Vanessa: Ze zeurt weinig en heeft meestal wel zin.

$$E=mc^2$$

# TECHNICAL SERVICES.

Als het echt stuk is.

**15 TERABYTE**  
Dataverbruik fileserver (Capelle)

3.268 DVD'S

**9 TERABYTE**  
Aan back-ups per week

1.960 DVD'S

**4 TERABYTE**  
Website verkeer per maand

871 DVD'S

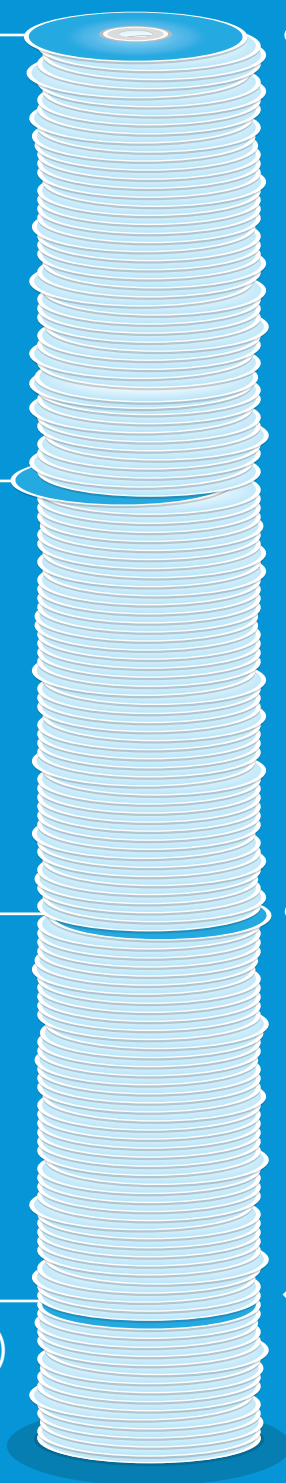
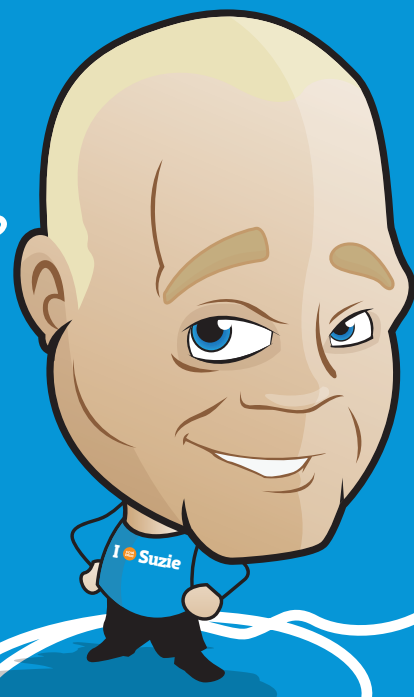
**2,5 TERABYTE**  
Dataverbruik per maand (Capelle)

545 DVD'S



**200.000**  
E-mails per maand.

**2.500 METER**  
UTP-kabel in gebruik.  
= afstand Molenbaan - Kralingse Bos





# WERKDAG.

Van Daan van de Linde.

Functie: Elke dag een beetje beter.  
Datum: 3 augustus 2010

**5.30** Het ochtendgloren verdringt dromenland, de dag begint met gebabbel van een radio-dj uit de Wake-up Light. Na het ontbijt stap ik om 6.15 uur op de fiets naar de Molenbaan.

**6.35** Aangekomen bij de Molenbaan is het wachten op de eerste collega. Ik word wakker in het schaarse zonnetje als Frank de auto in een vak torpedeert. Het pand kan open voor het IT-onderhoud. Alice arriveert en na een kop koffie begint de operatie aan het digitale Coolblue-hart. Vandaag staat een hardware-uitbreiding op de planning voor de databaseservers en een routerupdate. Ondanks controle vooraf blijkt dat het koelelement toch niet compatibel is met de server. Flink balen, maar het is niet anders. De routerupdate gaat gelukkig wel goed. Totale downtime van het onderhoud: 0,8 seconde.

**7.20** De dagelijkse controle van de infrastructuur begint. Ik loop de belangrijkste netwerkpunten na op vreemde logmeldingen. Vandaag is speciaal want het is een week geleden dat Groningen op glas over is. Nu zien we eindelijk de langetermijneffecten van de nieuwe verbinding waarover o.a. Vanessa werkt. Uit de grafieken blijkt dat de responsetijd 3 keer zo laag is. Groningen is nu zelfs beter dan België qua performance. Ook de nieuwe, 12 keer zo snelle internetverbinding op het hoofdkantoor vindt gretig aftrek.

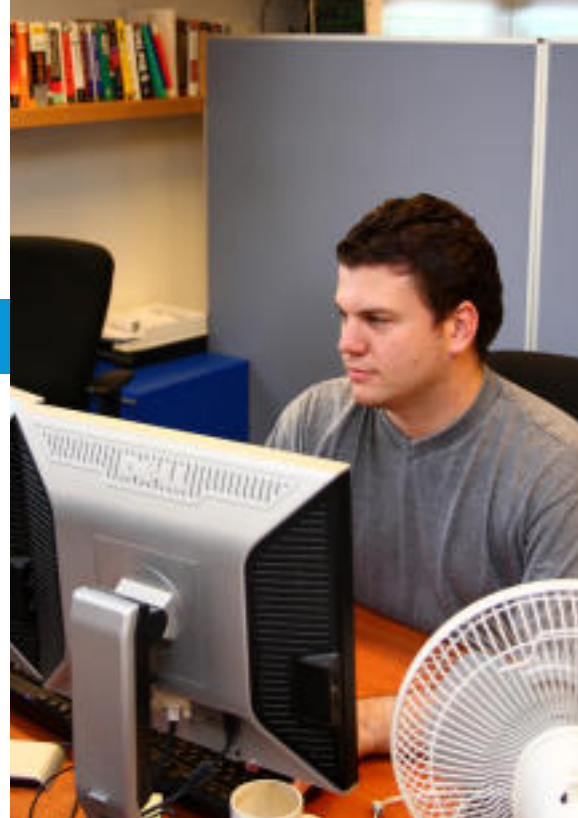
**9.00** De gewone werkdag start. De leverancier is inmiddels wakker

en is ontstemd over de technische problemen – wordt vervolgd dus. Met een verse bak koffie op tafel werk ik mijn mailbox door. Na ca. 300 rapportages blijkt dat alle systemen zich netjes gemeld hebben. De monitoringsoftware bevestigt dit met rijen groene statusvelden.

Na de ochtendrituelen is het tijd voor de lopende projecten. De Molenbaan is good-to-go voor het glastraject: 2 down, 3 vestigingen te gaan. Een krappe maand na de livegang van de nieuwe databaseservers draait alles als een zonnetje en kan ik de documentatie officieel inleveren. Ook een ander project, SAN (Storage Area Network, high performance netwerkopslag), draait naar behoren en kan worden afgerond.

Tussendoor tijd om te lunchen en buiten een frisse neus te halen. Gedurende de dag zorgen vragen en buurtende collega's voor afwisseling. Spannender is het sollicitatiegesprek met een mogelijke nieuwe collega. In de late middag komt er goed nieuws binnen voor het productieplatform. Ik voer het openstaande verzoek door om op de Google Search Appliance in te kunnen loggen. Hiermee is het laatste staartje van de nieuwe internetverbinding opgelost.

**17.20** Wat kleine aanpassingen in het monitoringsysteem en een back-upoptimalisatie. Morgen zal blijken of dit het gewenste effect heeft.



**18.00** Vanavond gezellig uit eten met collega's bij de Beer. Ben lekker met de fiets dus tijd voor een biertje!

**22.00** Weer thuis. Nog even mail lezen, serie kijken en dan op naar bed.

**“Na ca. 300 rapportages blijkt dat alle systemen zich netjes gemeld hebben.”**



Sign Up

Coolblue is on Facebook  
Sign up for Facebook to connect with Coolblue.



Coolblue gelooft in kennis. In focus. In specialisme. Wij groeien door beter te worden. Sinds onze oprichting in 1999 doen we daarom één ding: webwinkels maken waar we trots op zijn.

2,428 People Like This



Create a Page for My Business  
Report Page

Coolblue  Like

Wall

Info

YouTube

Photos



**Coolblue** We openen maar liefst 5 gloednieuwe shops deze maand. En om dat te vieren, hebben we een leuke prijsvraag. We bieden 5 keer een €25 waardebon voor de eerste die een nieuwe shop kan raden en 1 keer €25 voor de persoon met het origineelste of grappigste antwoord. Plaats je antwoord (max 3 per persoon) in de comments..

April 30 at 4:16am · Like · Comment

 Carestro Flippijo, Cédric Vander Stukken and 10 others like this.

 [View all 132 comments](#)



**Coolblue** Achter de schermen wordt keihard gewerkt aan een nieuwe website. Bij deze bieden we onze Facebook fans alvast een eerste blik. Beter? Slechter? Laat het ons weten in de comments.



PDAshop.nl nieuwe website  
[www.coolblueimages.nl](http://www.coolblueimages.nl)

April 30 at 4:16am · Like · Comment



**Coolblue** Maar we zijn ook in België actief. En daar wonnen we in 2009 al de publieksprijs van de Becommerce Awards. Wilt u ons dit jaar opnieuw aan de overwinning helpen, stem dan op Coolblue binnen de categorie elektronica: <http://tinyurl.com/yf86lo6>



April 30 at 4:16am · Like · Comment



**Coolblue** Dit is Pieter Zwart, mede-oprichter en CEO van Coolblue. Pieter wil ontzettend graag dat we de Thuiswinkel Awards een keertje winnen. Wil jij Pieter helpen? Stem dan vandaag nog op Coolblue: <http://tinyurl.com/ydlyto2>



April 30 at 4:16am · Like · Comment



**Coolblue** "Welkom op onze gloednieuwe shop!" ... Sorry, macht der gewoonte die even sprak. Dat moet natuurlijk zijn: "Welkom op onze gloednieuwe Coolblue Facebook-pagina!"

April 30 at 4:16am · Like · Comment



## @Coolblue\_NL

@Focaldesign: +1! RT @dipfico: service bij #coolblue is geniaal

@RicardoFranke: Waarom heeft pdashop.nl geen iPhone/PDAvriendelijke website?

@bjornfranke: @RicardoFranke omdat je nog geen PDA hebt als je naar de pdashop gaat?  
#slechteredennr1

@Coolblue\_NL wie stuurt die tweets bij jullie! Ik lach me kapot!!! Hahahahaha

Het komende WK op een groot scherm bekijken? Beamercenter.nl, de gloednieuwe Coolblue-specialist, biedt uitkomst. [www.beamercenter.nl](http://www.beamercenter.nl)

Hier is het pakje van @Coolblue\_nl keurig binnen! Leuke vraag van postbode: wat is dat CoolBlue, ik moet steeds meer pakjes van ze afleveren

@johnvdheiden: Kan toch niet anders zeggen dan dat die gasten van #PDashop een top serive hebben hoor. Bijna alles op voorraad en de volgende dag in huis!

@Dokky: Bestelde bij #bol.com #iPhone hoes 2-5 werkdag.. na weken wachten afgezegd. Nog een keer geprobeerd; weer afgezegd. Toen #PDAShop: 2 dagen!

## @Coolblue\_BE

@Coolblue\_BE jullie zitten op Twitter! Goed zo! :-) #kudos

@Coolblue\_BE bij het ontvangen van jullie mailing vandaag dacht ik er nog aan dat jullie wel goed bezig zijn. En nu vind ik jullie hier :-)

@Inventis @coolblue\_be stond zelf ook in de file omdat hij vanuit @coolblue\_nl kwam. Soms denk ik dat TNT sneller in België is dan ikzelf

Ik dacht al dat ik de naam herkende toen ik hier de review van de week zag passeren. Proficiat @krisvv!

@Coolblue\_BE is mighty fast ;-)) Picking up my phone tonight, woohooow :)

Teleurgesteld in @coolblue\_be, kreeg email én SMS dat Red Dead Redemption is ingepakt. Waar blijft het telefoontje? De fax? De nuntius? :-)






































btw excellent service with @Coolblue\_BE - they send sms when it's packed and the rest happens through email. #smoothservice

heb ik al vermeld dat ik bijzonder onder de indruk ben van @coolblue\_be?






































# COOLBLUE SECRETS.

Open dir.

## Index of /c00lblue/secret

Name	Last modified	Size
 <a href="#">Parent Directory</a>		
 <a href="#">Ik heb geen geheimen. Ben een open boek.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	75K
 <a href="#">De kluiscode.jpg</a>	06-Nov-2010 01:59	21K
 <a href="#">Ik baal van de nieuwe kantine en mis de heerlijke BELEGDE broodjes van Fina.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	18K
 <a href="#">Ooit eens 3 miljoen naar de verkeerde rekening overgeboekt. Gelukkig wel binnen&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	109K
 <a href="#">Sex op het toilet.jpg</a>	06-Nov-2010 01:59	44K
 <a href="#">Dat blue... oranje begint te worden.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	27K
 <a href="#">Het gaat nu al goed met Coolblue, maar we weten stiekem allemaal dat dit pas het&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	49K
 <a href="#">Uhm moet ik die hebben dan? Hahah tja nee dat weet ik zo even niet.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	190K
 <a href="#">Ik zie alles.jpg</a>	06-Nov-2010 01:59	173K
 <a href="#">Pieters Porsche schijnt stiekem maar een 1.6-motor te hebben.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	105K
 <a href="#">Wil ik lekker niet zeggen, anders is het geen geheim meer hé.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	80K
 <a href="#">De heen- en weerritjes naar Antwerpen.jpg</a>	06-Nov-2010 01:59	161K
 <a href="#">Dat ik niets van gadgets weet.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	102K
 <a href="#">Ik heb even nagedacht, maar geen.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	129K
 <a href="#">Dat is en blijft geheim.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	20K
 <a href="#">Date gehad met demogirl van een demoweekend.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	31K
 <a href="#">Veripart! :)Geheim?.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	58K
 <a href="#">Dat zijn dingen die beter grote geheimen kunnen blijven.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	167K
 <a href="#">Euhm dat zijn er vele, veel schandalen, beter niet onthullen.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	103K
 <a href="#">De directeur is ooit presentator geweest van "Dit was het nieuws".jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	11K
 <a href="#">In drie maanden tijd twee liefdesverklaringen ontvangen van CB-collega's.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	17K
 <a href="#">De troep naast me buro. jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	36K
 <a href="#">Dat ik eigenlijk Pieter zijn Porsche een dagje wil lenen voor een videoclip...</a>	06-Nov-2010 01:58	251K
 <a href="#">Ga ik niet vertellen :-p.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	56K
 <a href="#">Ik heb me ooit lichtelijk misdragen op een feestje in een club in Berlijn, Geheim?&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	537K
 <a href="#">Dat ik af en toe twitter tijdens werktijd ;-).jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	436K
 <a href="#">Ik heb Spark bijna nooit aan staan.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	225K
 <a href="#">Dat zijn zijn er genoeg, ik spaar ze allemaal.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	170K
 <a href="#">Ik heb laatst een interne schijf bij Alternate gekocht.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	158K
 <a href="#">Zeg ik niet.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	91K
 <a href="#">Dat we stiekem allemaal de witte hemden superlelijk vinden.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	154K
 <a href="#">Alles wordt gedeeld. Geen geheimen dus.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	282K
 <a href="#">Geheim? CB en ik hebben geen geheimen voor elkaar.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	55K
 <a href="#">Een geheim is een geheim voor iets, dus mondjes toe.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	212K
 <a href="#">Tja, dan is het geen geheim meer.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	76K
 <a href="#">Haha, op mijn afdeling heb je zwijgplicht.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	471K



Name	Last modified	Size
 <a href="#">Parent Directory</a>		
 <a href="#">Dat blijft geheim.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	69K
 <a href="#">Dat Paul stiekem ook voor Ajax is.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	135K
 <a href="#">Dat ik in plaats van werken liever naar m'n knikervereniging ga. Kon ik dat maar&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	105K
 <a href="#">Dat ik stiekem verliefd ben op Vincent Pronk.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	54K
 <a href="#">Snoepjes jatten bij afdeling inkomende goederen.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	176K
 <a href="#">Dat ga ik hier wel niet vertellen hoor.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	231K
 <a href="#">Dan is het toch geen geheim meer? ;-).jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	351K
 <a href="#">it's a secret!.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	91K
 <a href="#">Dat ik ook maar wat doe.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	154K
 <a href="#">That's on a need to know basis.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	76K
 <a href="#">Coolblue kent geen geheimen en is een open bedrijf. Het grootste geheim is de&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	471K
 <a href="#">Heb ik niet meer... Ze weten nu dat ik naar Zweden ga:P.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	75K
 <a href="#">Bijna een keer de websites uit de lucht gehaald door een bug, wat gelukkig niet&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	69K
 <a href="#">Motivatie en hard werken.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	135K
 <a href="#">Geheimen zijn er om te houden.. toch?.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	54K
 <a href="#">Als er weinig te doen is en niemand kijkt dan oefen ik mijn kungfu op de werkvloer&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	231K
 <a href="#">Dat ik ondanks mijn analfabetisme nog best goed ben in het invullen van&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	351K
 <a href="#">Mijn Windows-inlog.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	91K
 <a href="#">Ik bezit geen mobiele telefoon of andere gadgets, maar vind het wel geweldig om er&gt;</a>	06-Nov-2010 01:58	154K
 <a href="#">Geen commentaar.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	282K
 <a href="#">Ongelukje met de prullenbak op de Oudedijk.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	55K
 <a href="#">Daar doe ik geen uitspraken over;-).jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	212K
 <a href="#">Vraag dat maar aan je moeder.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	76K
 <a href="#">Dat mijn vriendin gek van mij wordt als ik weer eens over Coolblue praat.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	471K
 <a href="#">Sex met een collega.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	225K
 <a href="#">Waarom zou ik dat vertellen.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	75K
 <a href="#">Zou je wel willen weten he!?.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	69K
 <a href="#">Bij Coolblue heeft toch niemand geheimen voor elkaar?.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	135K
 <a href="#">Dat kan ik om politieke redenen natuurlijk nooit vertellen:).jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	54K
 <a href="#">Uhhhh... dat hou ik lekker geheim ;-).jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	176K
 <a href="#">Te veel internetten, sssjt.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	231K
 <a href="#">Klanten nadoen terwijl mijn speaker afstaat.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	58K
 <a href="#">Mijn grootste Coolblue-geheim is dat ik stiekem gisteren iets bij B#L.com heb besteld.</a>	06-Nov-2010 01:58	103K
 <a href="#">Heb een keer Ladyphoneshop laten verdwijnen door een foute query bij IT. Duurde een&gt;</a>	06-Nov-2010 01:57	17K
 <a href="#">Als ik dat zou vertellen zou het natuurlijk geen geheim meer zijn.jpg</a>	06-Nov-2010 01:57	75K
 <a href="#">Meten is weten.jpg</a>	06-Nov-2010 01:58	69K

# COOLE SYSTEMEN.

Flirt, Suzie en Vanessa.

COOLFACT #2



# 41.802 Suziecalls



**44.648**  
Productteksten



**55.034**  
Goedgekeurde  
reviews



**19.410**  
Afgekeurde  
reviews



**9.858**  
Reacties op  
reviews

**PALM TX**  
Korste productnaam



**INNOPOCKET COMPAQ IPAQ ALUMINIUM CASE 36XX, 37XX, 38XX, 39XX, 54XX, 55XX SERIES**  
Langste productnaam



**LANGSTE PRODUCTTEKST**

Command & Conquer: Red Alert 3  
Premier Edition PC (1.595 woorden)



# WERKDAG.

Van Melissa Pattinama.

Functie: Maakt je bereikbaar.

Datum: 12 augustus 2010

**8.15** Ik kom binnen, groet Marita en start mijn pc. Ondertussen pak ik een bakje Choco Deluxe. Voor mij geen koffie, wat de meeste mensen doen wanneer ze wakker willen worden.

Marita verdeelt elke ochtend de taken: nieuwe orders controleren, bellen voor afspraken en aansluiten. Daarnaast controleer ik ook Nummerbehoud. Dit zijn klanten die hun huidige mobiele nummer mee willen nemen naar een andere provider.

**9.00** Na goedkeuring van de nieuwe orders bellen we de klanten voor een afleverafspraak. De gegevens worden altijd goed doorgenomen en daar is niet iedereen het mee eens. Ik krijg een klant aan de telefoon. De aanvraag staat op naam van haar moeder maar het rekeningnummer is van haar. Ik geef aan dat dit niet mogelijk is. Alle gegevens moeten overeenkomen.

- Oh, waarom mag ik niet pinnen met mijn pas?  
- Omdat dit niet overeenkomt met de gegevens van uw moeder, zeg ik. En dan wordt er niet afgeleverd.  
- Oh, je moet eens zien dat het afgeleverd gaat worden!

Ik blijf gewoon rustig.

- Ik doe gewoon mijn pinpas erdoorheen en je zal vanzelf 't geluid horen! Ping!

- Helaas kunnen we dit dan niet inplannen, mevrouw. Kunt u anders het rekeningnummer doorgeven van uw moeder? Dan kan de 1 cent gepind worden en kunnen we de bestelling afleveren.

Is ze het niet mee eens. Ik ben egoïstisch en moest maar eens een andere baan zoeken.

- Ik heb het hier hartstikke naar m'n zin hoor. Kan de aanvraag anders niet op uw naam aangevraagd worden? Of bent u nog geen 18?

Wil ze niet op ingaan. Uiteindelijk komt ze ook met het idee of ze niet gewoon het rekeningnummer van haar moeder kan doorgeven.

- Ja, dat probeer ik u net uit te leggen. Maar u was zo boos...

En zo is de afspraak toch ingepland met het rekeningnummer van haar moeder. Mevrouw is blij.

**12.30** De ochtend is wel zo'n beetje voorbij en mijn pauze begint. Ik neem even een break. Halfuurtje luchtje scheppen, mijn lunch eten en ff een sigaretje roken.

**14.00** In de middag komen de avondcollega's, soms pas rond een uur of 16.00. Ze doen dezelfde taken die ik in de ochtend heb gekregen.

**16.00** Nieuwe orders blijven binnenkomen en worden onder ons verdeeld.

**17.30** Einde van de middag. Ik archiveer de contracten van de klanten die ik deze dag heb aangesloten. Daarna sluit ik lekker af en ga ik naar huis!



**“Oh, je moet eens zien dat het afgeleverd gaat worden!”**



# 2000.

## 3 bier, tafel 7.



## WEBSHOPS.



## MEDEWERKERS.



## OMZET.

€ 350.000,-

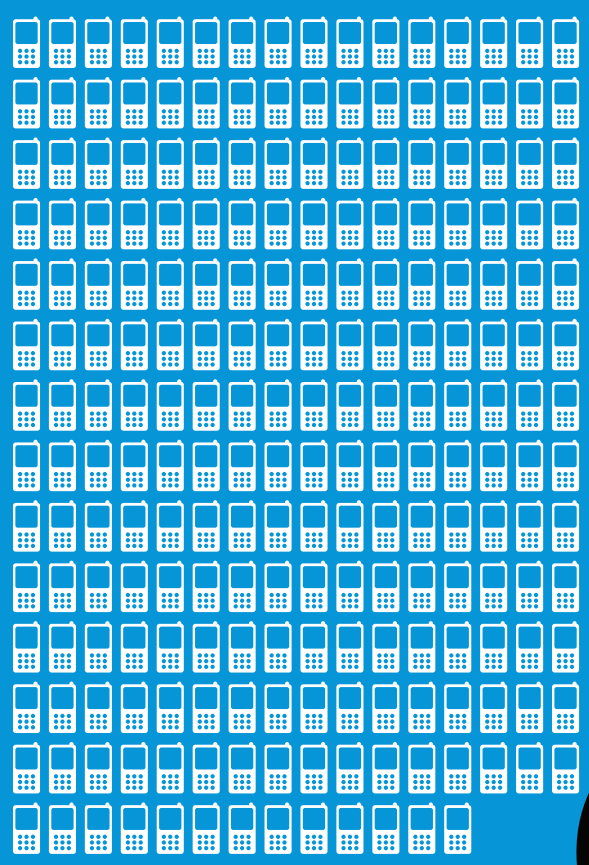


# KLANTENSERVICE.

Liefde komt niet van één klant.

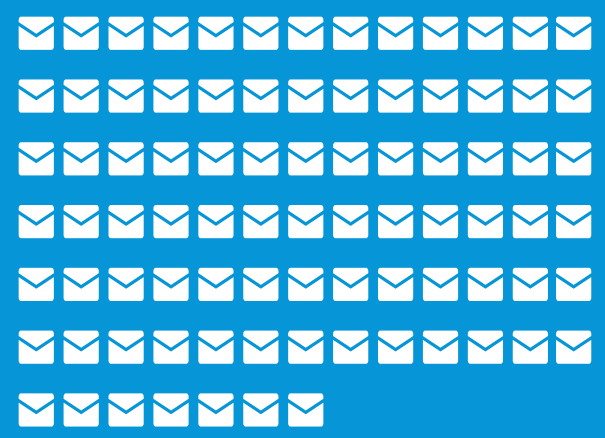
## 219.780

Telefoontjes per jaar



## 86.412

E-mails per jaar



# HET COOLBLUE MANIFEST.

Eigenlijk is het heel simpel.

Coolblue. Ooit begonnen als studentenbedrijf. Nu een cross-channel retailer die respect afdwingt. Alom gekopieerd, nooit goed nagedaan. Stap voor stap hebben we iets bijzonders neergezet. IJzersterke processen op logistiek. Een schaalbaar IT-fundament. Obsessieve klantvriendelijkheid. Een innovatief winkelconcept. Specialistisch productmanagement en efficiënte marketing. En flexibel, ontzettend flexibel management.

Ons geheim is onze bijzondere bedrijfscultuur. Begonnen als vriendenclub, nog steeds een vriendenclub – maar dan één van professionals. Dat trekt ambitieuze, ondernemende mensen. Trots en behulpzaam. Zelfkritisch, vooruitdenkend, vriendelijk, klantgericht.

We groeien hard, heel hard. Elk jaar verwelkomen we vele nieuwe collega's. En dan wordt één ding heel belangrijk: dat iedereen onze cultuur omarmt, ons bedrijf snapt en ons concept kan uitdragen.

Als je groot bent, ontstaan ook Grote Vragen. Waar gaan we heen? Wie zijn we? Waar doen we het voor? Met een paar krijg je nog dezelfde antwoorden. Met meer gaat dat wat lastiger.

Maar eigenlijk is het heel simpel. Je kunt het zelfs vatten in een plaatje: het merkvizier. Daarin staan vier waarden en dat wat ze met elkaar vormen: de merkessentie.

Het beschrijft wie we zijn. Of beter: willen zijn. Het is onze ambitie, iets waar we naartoe werken. Elke dag klopt het iets beter. Ook dankzij jou. Want jij kan elke dag iets verzinnen en doen waardoor Coolblue er meer aan voldoet. Dat kan met iets groots, dat kan met iets kleins. Een banner met een easter egg. Een verleidelijke vacaturetekst. Als enige dat gekke product opnemen. Een functionaliteit bouwen waarvan je denkt: cool. Een klant niet zomaar blij maken, maar heel erg blij maken. Bij elkaar opgeteld vormt dit een stortvloed aan verandering en verbetering. Maar terwijl alles verandert, blijven onze waarden steeds hetzelfde.

## **De essentie: gewoon verwonderen**

Gewoon verwonderen. Twee woorden die elkaar tegenspreken. Maar juist daarom zo ontzettend Coolblue zijn. We zijn eigenzinnig én enorm nuchter.

Verwonderen betekent verwachtingen overtreffen. Iets anders doen dan een ander. Innovatie, net dat stapje extra zetten. Een emotie oproepen, de klik maken. Met klanten, collega's, relaties. Dat is niet alleen leuk, het geeft je ook smoel. Mensen praten over je, raden je aan. Aan vrienden, hun sociale netwerk, op internet, in de kroeg.

Het woordje gewoon zegt veel. Dat we verwonderen gewoon vinden (je bestelling op tijd binnen, dat is toch normaal?). Dat we verwonderen met gewone dingen (een sms'je als je bestelling is ingepakt). En dat we vooral

gewoon blijven als we verwonderen (niet geforceerd, niet over-the-top).

## **Eigenzinnig**

Coolblue'ers zijn eigenzinnig. Jong van geest. Dat vertaalt zich in kleine dingen. Een potje FIFA met schreeuwende collega's. Een nét iets te gezellige vrijdagmiddagborrel. Een smoelenboek vol photoshops. Mooie dingen. Gezelligheid, humor, het hoeft allemaal niet zo serieus. Jezelf kunnen zijn, samen met je collega's. Dat maakt het leuk om naar Coolblue te komen.

Die eigenzinnigheid verbindt ons. We zijn vaak ergens heel erg vóór of heel erg tegen. Dat is niet zwart-wit, dat is gepassioneerd. Over de wereld, het bedrijf, de producten die we verkopen. We zijn mensen met een mening, een onderbouwde mening. Want we weten wél waarover we praten. Zo niet, dan doen we niet alsof. We gaan op onderzoek uit en komen terug als specialist.

Dat is gaaf. Dat is bijzonder. Dat is iets waar we trots op zijn. We verstoppem ons niet achter meningloze acteurs, grijnzende modellen, futloze teksten of een saaie website. Liever Jeremy, Werner of Martine, die er écht wat van weten. Wij zijn onszelf. Dat klinkt zo makkelijk, bijna een cliché. Maar kijk eens hoe weinig het gebeurt. Hoe anderen het waarderen. En hoe goed het voelt.

## **Vrienden**

Er zijn weinig bedrijven waar zoveel collega's ook vrienden zijn. Dat is onze kracht. Omdat je voor vrienden



alleen het beste wilt. Omdat we het samen beter weten dan alleen. Omdat je tegen vrienden gewoon de waarheid vertelt. Omdat we de beste ideeën soms buiten werktijd bedenken. En omdat het gewoon leuk is.

Dat valt op. Bij klanten, die we obsessief tevreden willen maken. Bij leveranciers, die ons zien als lange termijn partner. We geven zonder direct iets terug te verwachten. We zijn eerlijk en direct, ook als dat moeilijk is.

### **Flexibel**

Coolblue verandert continu. Soms omdat het kan, soms omdat het moet. We zijn één van de snelst groeiende bedrijven van de Benelux in één van de snelst veranderende markten. Dat vraagt een hoop van medewerkers, business partners, systemen en processen. Flexibiliteit zit daarom in ons bloed. Kan dit systeem ook 100x zoveel bezoekers aan? Wat als er 1.000 mensen bij Coolblue werken?

Die instelling maakt ons uniek. Heel internet jat onze groene winkelmand-knop en productteksten. Maar onze cultuur, creativiteit en flexibiliteit zijn door niemand te kopiëren.

### **Gewoon, doen**

Niet lullen, maar poetsen. Geen woorden, maar daden. In Rotterdam hebben we er genoeg gezegdes voor ('t is niet voor niks dat we daar zijn gestart). Coolblue heeft een nuchtere ondernemersmentaliteit en daarmee is alles en iedereen doordrenkt:

### **gewoon, doen!**

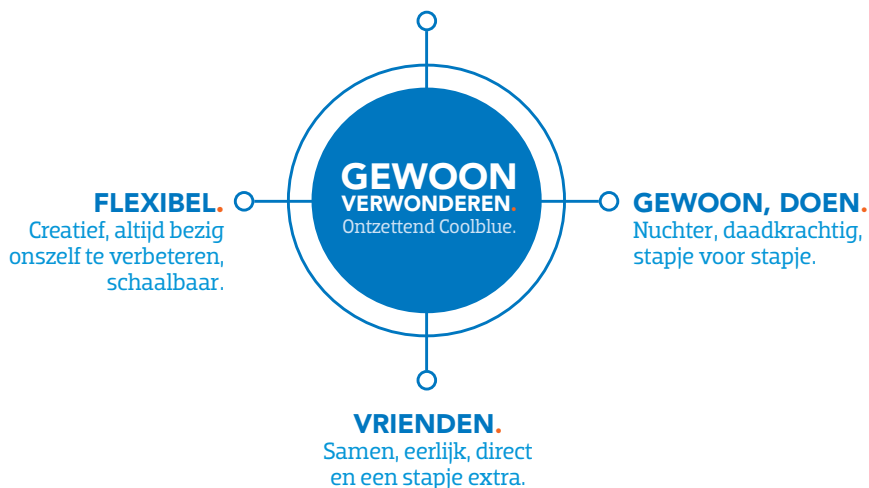
Je idee is niets waard zonder uitvoering. Wacht niet tot je idee perfect is, want in onze markt ben je dan te laat. Het maakt niet uit hoe briljant je idee is, maar hoe goed je het uitvoert. Coolblue is groot geworden door stukje bij beetje te verbeteren, meer met minder, stap voor stap, detail na detail. Dus droom, plan en voer vooral uit. Hoe beter jij en je team worden in uitvoeren, hoe succesvoller je ideeën worden. En dat kun je leren: gewoon, doen.

Dus pak dingen op en maak ze af. Shoot-to-kill. Laat geen halve projecten liggen want daar heeft niemand wat aan. Een scherp plan wordt pas echt scherp als je het gewoon doet. Dus zeg 't, bel 'm, zet de volgende stap.

# Gewoon, doen!

### **EIGENZINNIG.**

We zijn een beetje anders (en daar zijn we trots op).



We doen wat we beloven. En we luisteren, staan open voor kritiek. Vriendschap ontstaat alleen bij gelijkwaardigheid. Daarom kom je bij Coolblue niet snel iemand tegen in pak. Zit de directeur gewoon op de werkvloer. Spreken we klanten persoonlijk aan. We houden niet van lagen en hokjes, wel van respect. Voel het verschil tussen 'Hoe kan ik u van dienst zijn' en 'Wat kan ik voor je doen'. Het laatste is Coolblue.

We zijn altijd kritisch, willen altijd méér. We meten, experimenteren, trekken onderbouwde conclusies. Iedereen heeft een wensenlijst, weet 10 dingen die beter kunnen. Daarom zijn we niet vies van avontuur. Niet alles lukt meteen, niet al onze ideeën zijn meteen goed. Maar we durven en doen. We maken fouten, leren ervan en worden steeds beter. We geloven dat dit de snelste weg naar succes is.

# 2001.



**WEBSHOPS.**



**MEDEWERKERS.**



**OMZET.**

€ € € 2 M

# WINNEN.

Leuk om mee te doen.

Wij houden wel van awards, vooral als we ze zelf krijgen. En dat lukte de afgelopen jaren aardig. Coolblue ontving in 2003 zijn eerste nominatie en viel daarna geregeld in de prijzen. Tel je even mee?

- 2003** • Genomineerd voor de publieksprijs van de **Thuiswinkelawards 2003** en de vakjuryprijs '**Starters Award 2003**'.
- 2004** • Genomineerd voor de publieksprijs van de **Thuiswinkelawards 2004** en de vakjuryprijs '**Webwinkel Award 2004**'.
- 2005** • **13e plaats** in de Deloitte Technology Fast 500 EMEA.  
• **FD-Gazellen Award** (Provincie Zuid-Holland).  
• **Derde** in Deloitte Technology Fast 50.  
• Genomineerd voor de publieksprijs van de **Thuiswinkelawards 2005**.
- 2006** • Finalist in de **Entrepreneur of the Year 2006**-competitie.  
• **Rotterdamse Ondernemersprijs**.  
• **Twaalfde plaats** in de Deloitte Fast 50.  
• Pieter Zwart gekozen tot **Entrepreneur of the Year 2006**.
- 2007** • **Beste shopping website** in de verkiezing 'Website van het jaar 2007'.  
• Pieter Zwart wordt gekozen tot **Elsevier Retail Personality 2007**.
- 2008** • **Beste shopping website** in de verkiezing 'Website van het jaar 2008'.
- 2009** • Genomineerd voor de **Thuiswinkelawards publieksprijs 2009** (NL).  
• **Publieksprijs** bij de **BeCommerce Awards 2009** in de categorieën 'overall' en 'Consumentenelektronica' (BE).
- 2010** • Vakjuryprijs '**Website Awards 2010**'  
• Publieksprijs in de categorie telecom bij de **Thuiswinkel Awards 2010**.  
• **Publieksprijs** bij de **BeCommerce Awards 2010** in de categorie 'Electronica' en de juryprijs in de categorie 'B2B' (BE).





# VERGELIJKING.

Nederland versus België.

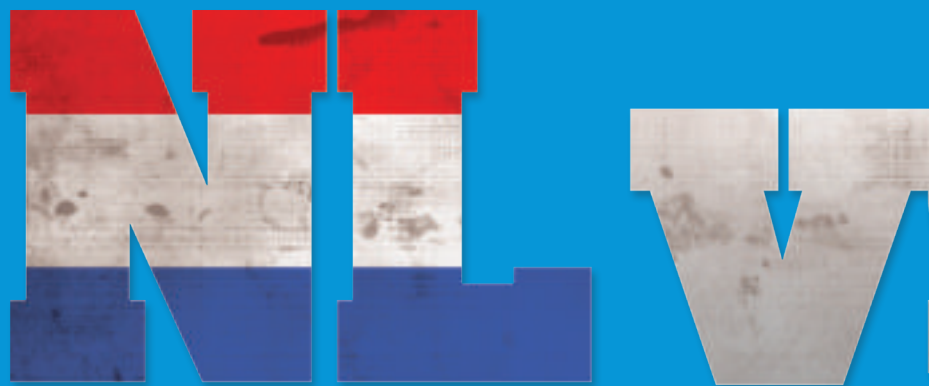
## Hoe ervaren onze Belgische collega's hun Nederlandse collega's?

Groot, dat zijn die Nederlanders. Letterlijk groot, hoogstwaarschijnlijk door de enorme hoeveelheden zuivel die ze tijdens de lunch verzetten. Terwijl wij Belgen meer houden van onze overheerlijke smoskes waarvoor elke vrijdag weer enkele Nederlandse collega's tijdelijk culinair asiel in Antwerpen komen aanvragen.

Groot, dat zijn gelukkig ook de Nederlandse dromen. Geen middelmatig biermerk, grootbank of voetbal elftal dat de wereld niet wil veroveren. En dat geldt ook voor onze 3 Nederlandse oprichters die al snel doorhadden dat Vlaanderen aan hun voeten kan liggen. Met succes want die Vlamingen lusten wel pap (weer zo'n zuivelproduct!) van dat Nederlands concept.

Een grote mond ook, natuurlijk. Niet alleen voor die smoskes\* maar vooral om te lullen. Geen Nederlan-

Een Belg trekt een foto terwijl een Nederlander een foto neemt met een camera. Een Nederlander belt niet met zijn GSM, maar met zijn telefoon. Vraag je aan een Belg of hij hier bekend is, krijg je het antwoord terug dat hij geen celebrity is in België. Een opsomming van veelgebruikte Coolblue termen die verschillen in beide landen.



Toetsenbord  
Fotolijst  
Dat is correct!  
Jeetje...  
Biertje doen?  
Kopje koffie?  
Stoel  
Parkeergarage  
Even tussendoor  
PDAshop.nl/Vacatures  
Werner Bruyns  
Flitspaal  
Pinpas  
De laptop doet het niet meer  
Plastic tasje meneer?  
Prullenbak  
Wielervedstrijd

der die een kamer binnenkomt zonder ze meteen te vullen. Voor een Belg is het steeds opletten om niet onder deze allesomvattende pletwals terecht te komen. Dit speelt ook in ons voordeel: waar onze Nederlandse collega's een open doekje zijn, maakt onze afwachtende houding het zo dat menig Nederlander het raden heeft naar de ware gedachten van die Belg.

Dat maakt dat we anders werken. Terwijl Capelle maar liefst 11 vergaderzalen telt, eindigt de officiële telling in België al snel op 1. Hoewel we in Capelle met meer dan 100 mensen en meningen zitten terwijl we het in België bolwerken met een twintigtal collega's, duidt dit toch op een andere lokale cultuur. Terwijl

we in Nederland veel meer de input en/of goedkeuring van collega's wensen, voeren we in België al sneller gewoon onze eigen visie uit. "Gewoon doen" past perfect bij de mentaliteit van Coolblue België.

Nog belangrijker dan de verschillen tussen Coolblue Nederland en Coolblue België zijn de overeenkomsten. Zo zijn we allen even gepassioneerd bezig met onze job en dit bedrijf. Zo zijn we allemaal een beetje nerds die houden van de laatste nieuwe snufjes en dit graag willen delen met onze klanten. Bovenal zijn we gewoon allemaal Coolblue.

*\*zie broodjespagina voor 'broodje Smoskes'*

# S BELIE

Klavier  
Fotokader  
Das juuuust  
Amai...  
Pintje pakken?  
Tas koffie?  
Zetel  
Parking  
Tussen de soep en de patatten  
PDAshop.be/Jobs  
Bruyns Werner  
Vallende ster  
Bankkaart  
De laptop marcheert niet meer  
Plastieken zakske erbij?  
Vuilbak  
De koers



# 2002.



**WEBSHOPS.**

 6

**WINKELS.**

 1  
WINKEL

**MEDEWERKERS.**

 21

**OMZET.**

 € 5 M

# WERKDAG.

Van Werner Bruyns.

Functie: Grenzeloos.

Datum: 27 augustus 2010

**6.00** Nieuwe dag aangebroken, een douche nemen en samen ontbijten. Verdere planning afspreken, dit is echt timemanagement in een gezin met 2 intensief sportende kinderen.

**7.00** Vertrek richting Antwerpen. Alé, begint weeral goed. Sterke vertragingen omdat het een beetje regent (dan gaan mensen blijkbaar constant remmen?), kop op! Tijd om enkele dringende telefoontjes te doen.

**8.00** Eerste kop koffie en collega's goede morgen wensen, even bijpraten. Je kan direct zien (horen) dat er iemand met iets zit, mijn taak is natuurlijk ook om people management op te nemen.

Vandaag zit één van de medewerkers duidelijk met een gemengd gevoel. "Werner, ik werk enorm graag voor Coolblue maar heb een aanbieding gekregen bij de concurrentie te komen werken, een zeer grote player, vooral in de retail." Na wat peptalk en de voor- en nadelen van beide clubs te hebben doorgenomen zijn we er samen kunnen uitkomen. Coolblue is en blijft een leuke werkplek!

**9.00** Enkele rapportages bekijken en afdelingen bijsturen waar nodig. Conclusie: wow, we blijven groeien! Ben weeral trots op mijn medewerkers na verbluffende resultaten van gisteren. Even tijd om een ronde te doen en wat schouderklapjes gaan uit te delen! Dit is het goedkoopste dat een werkgever kan geven aan zijn mensen en het is GRATIS!

**11.30** Post verwerken en verdelen. Ondertussen blijkt het zeer druk in de klantenservice, even inloggen en wat druk weghalen.

Ik kreeg een heel boze man aan de lijn die zijn pakket 1 dag te laat had ontvangen. De wereld zou blijkbaar vergaan omdat hij zijn smartphone 1 dag later heeft ontvangen?! Geen probleem. Wat medeleven tonen en excuses aanbieden en dan inschatten of hij begrip kan tonen voor de fout die onze pakketjesdienst heeft gemaakt.

Nadat ik hoorde dat zijn toestel zo belangrijk was, maakte ik hem er attent op dat zijn toestel bijna geen bescherming had en wel eens zou kunnen stuk gaan na een val. Dan zou het probleem van 1 dag gemis van het toestel wel eens langer kunnen worden. Plan gelukt, deze ondertussen brave man stemde toe om een case te leveren. "Euh mijnheer, gelijk de screenprotector er bij doen dan krijg je hierop een korting." Deal! Moraal van het verhaal: een escalatie omgebogen naar een verkoop en het gesprek beëindigd met een bedankwoordje.

**12.00** Lunchpauze en potje FIFA. Uiteraard ben ik het geliefde slachtoffer van de medewerkers. Jammer Dennis, nog veel oefenen is de boodschap. 6-3 winst!

**17.00** Ook vandaag werd weer mijn hulp ingeroepen voor een escalatie aan de servicebalie. De klant wou en zou de "Grote Baas" spreken. Klanten nemen gewoonlijk meer aan van een leidinggevende dan van een medewerker. Waarom? Ik weet het



niet. Ook hier hetzelfde geval, even de procedure nog eens verduidelijkt en beloofd

dat het dossier bovenaan op mijn bureau zou belanden zodat ik het persoonlijk kan opvolgen. Klant was dan akkoord en bedankte mij voor mijn betrokkenheid.

**18.00** Escalaties en klantenklachten van de dag per afdeling bespreken en een commerciële oplossing zoeken. Vandaag was er een probleem met een toestel dat meerdere malen ter reparatie werd aangeboden maar steeds dezelfde problemen kreeg. Voorstel gedaan om het toestel niet direct op te sturen maar zelf grondig te testen. Toestel geeft indicatie dat het oplaadt, maar batterij is na één dag terug leeg.

Mijn gevoel zegt dat de klant zijn lader stuk is, dit is blijkbaar niet getest? Dus dat even checken, Als het probleem morgenvroeg niet verholpen is moet er voor de klant een commercieel voorstel gedaan worden waarmee hij zich kan vinden. Case closed!

**18.30** Afsluiten werkdag.



COOLBLUE



COOLBLUE



oolblue

COOLBLUE



oolblue

COOLBLUE!!



oolblue

COOLBLUE



COOLBLUE



oolblue



oolblue



oolblue



oolblue

It's new,  
it's shiny





**coolblue**  *Coolblue*

 **Coolblue**   
**COOLBLUE**  

**COOLBLUE**   
wij luisteren naar u

**coolblue**  

**COOLBLUE**  **COOLBLUE**  
de vriendelijkste specialisten van Nederland

 *coolblue*

 **coolblue**

 **COOL  
BLUE**



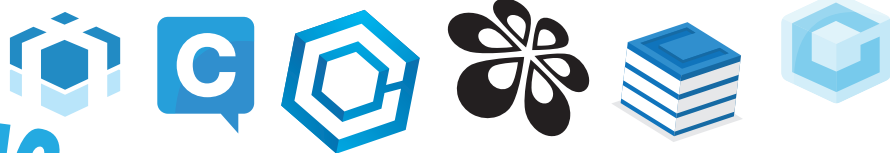
**coolblue** 

**COOLBLUE** 

# HUISSTIJL.

Iets met een logo.

Al eind 2009 schetste Joost de eerste vervangers van het 'gummetje'. Niets was onmogelijk. Figuurtjes, pakketjes, bloemetjes, winkelmandjes, vuurpijlen, een jack-in-the-box en ja, zelfs een hondje. Hij speelde met kleuren, fonts, symbolen, letterafstanden... alles. Hier een kleine greep uit de afvallers.



**COOLBLT** 



*coolblue* 

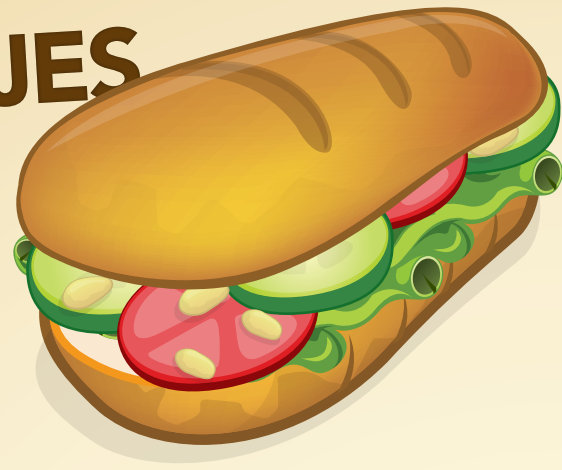
**coolblue**  
shop it like it's hot. 



# BEROEMDE BROODJES

Overdadig belegde broodjes horen bij Coolblue als een zwarte coltrui bij Steve Jobs. Deze traditie begon bij voorheen Broodje Snor aan de Oostzeedijk 225 in Rotterdam, de morsige bakermat van het "broodje MP3man".

Onze staat van beleg wordt sindsdien in stand gehouden door de kantinekanjers Fina, Mary en Kimberly. De diversiteit van het personeelsbestand zie je terug in de ingrediënten. Als je het smeren zelf eens wilt proberen: we onthullen nu voor het eerst de strengbewaakte receptuur. Eet smakelijk!

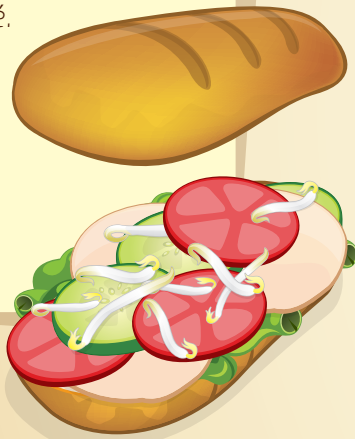


## BROODJE HALAL (Oudedijk)

194  
kcal

Pistolet met kipfilet, sla, tomaat, komkommer en taugé.

De gezonde keuze.



## BROODJE JORIEKE (Molenbaan)

324  
kcal

Pistolet met kipfilet, uien, sla, mayonaise en peper & zout.

Vernoemd naar de extraverte copywriter van Team Imaging.



## BROODJE BRIE ROYAL (Molenbaan/Oudedijk)

405  
kcal

Chiabatta/pistolet met brie, pijnboompitten en honing.

Zout met zoet doet het altijd goed in studentikoze kringen. Dat de Brie Royal bij menig Coolblue'er in de smaak valt, mag geen verbazing wekken.



## BROODJE FRANCESCO/DIEGO (Oudedijk)

303  
kcal

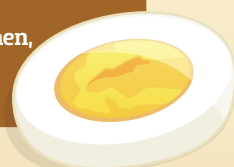
Pistolet met brie, selderijsalade en peterselie.

Oorspronkelijk vernoemd naar de vrolijke voormalige teamleider van de voormalige abonnementenhulpdesk aan de Oudedijk, later omgedoopt tot Diego.



## Broodjesbaron

De sandwich is vernoemd naar John Montagu, de 4e Earl van Sandwich (1718 – 1792). Montagu liet vleesgerechten vaak tussen twee stukken brood opdienen, omdat hij dan makkelijk kon eten tijdens het kaartspelen.

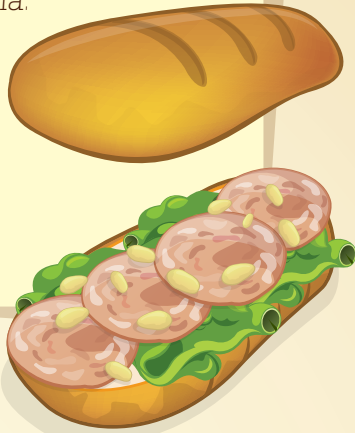


## BROODJE GRILLWORST ROYAL (Molenbaan)

324  
kcal

Pistolet met grillworst,  
pijnboompitten en sla.

Mosterd is  
optioneel.

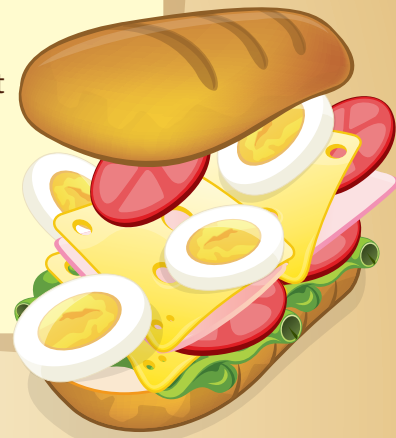


## BROODJE SMOS (Antwerpen)

417  
kcal

Eenderde stokbrood met ham,  
kaas, ei, sla en tomaat.

"De naam komt van het  
Brabantse woord smossen,  
wat knoeien betekent. Er  
wordt tussen het broodje  
namelijk zoveel beleg  
gestoken dat er tijdens het  
eten vaak geknoeid wordt."



## BROODJE MARA (Oudedijk)

434  
kcal

Pistolet met oude kaas,  
tonijnsalade, sla en  
mayonaise.

Dé calorieënbom. Voor  
mensen die de termen  
BMI en cholesterol niet (willen)  
kennen.

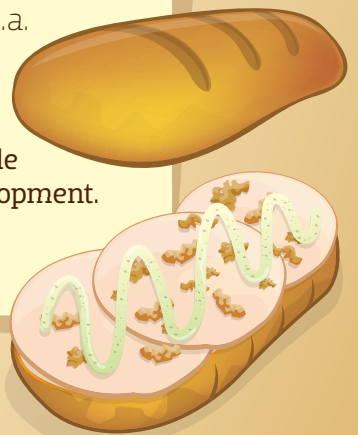


## BROODJE VICTOR (Molenbaan)

364  
kcal

Pistolet met kipfilet, gebakken  
uitjes en remouladesaus (o.a.  
verkrijgbaar bij Bas van  
der Heijden).

Vernoemd naar de  
projectteamleider webdevelopment.

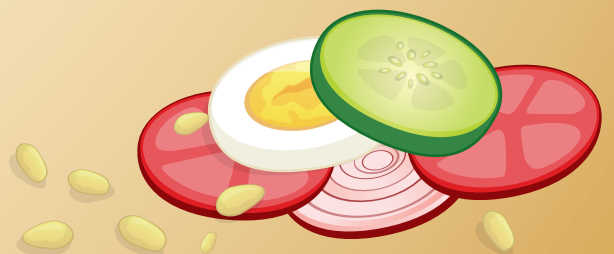
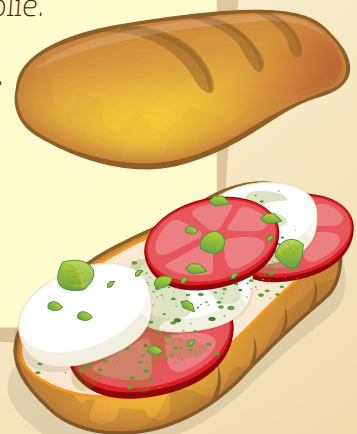


## BROODJE MP3MAN (Broodje snor)

362  
kcal

Pistolet met mozzarella, tomaat,  
basilicum, pesto en olijfolie.

The one and only.







# LOGISTIEKE AFDELING.

Stap voor stap.

1. Pakbon controleren
2. Doos pakken
3. Doos opensnijden
4. Doos openen
5. Pakbon zoeken en apart leggen
6. Producten uit doos halen
7. Producten tellen
8. Pakbon aftekenen
9. Doos platmaken en weggoaien
10. Producten in krat doen

1. Camerabundel uit elkaar trekken
2. Doos opensnijden
3. Doos openen
4. Boekjes apart leggen
5. Lens zoeken en met boekjes in zakje doen
6. Doos met camera sluiten
7. Losgetrokken camera in krat doen
8. Losgetrokken lens in krat doen

1. Producten inruimen
2. Producten op pickkar zetten
3. Product scannen
4. Voorraadlocatie zoeken
5. Producten op voorraadlocatie zetten

1. Producten verplaatsen
2. Product scannen
3. Voorraadlocatie zoeken
4. Voorraadlocatie scannen
5. Move products selecteren
6. Product scannen
7. Producten tellen en invoeren
8. Nieuwe voorraadlocatie scannen
9. Producten op nieuwe voorraadlocatie zetten

1. Kratten omwisselen
2. Krat met producten scannen
3. Krat met producten van wagen pakken
4. Voorraadlocatie zoeken
5. Voorraadlocatie scannen
6. Leeg krat van voorraadlocatie pakken
7. Krat met producten op voorraadlocatie zetten
8. Leeg krat op stapel leggen

1. Voorraad tellen
2. Voorraadlocatie zoeken
3. Bakje scannen
4. Product uit bakje halen
5. Product scannen
6. Producten tellen en invoeren

1. Producten picken
2. Picklist pakken
3. Lege pickkar pakken
4. Pickkar scannen
5. Voorraadlocatie zoeken
6. Product scannen
7. Product op pickkar leggen

1. Order klaarmaken
2. Producten van pickkar pakken
3. Producten scannen
4. Order controleren
5. Doos pakken
6. Doos vouwen
7. Artikelen in doos doen
8. Doos dichtvouwen
9. Label uit printer pakken
10. Label plakken
11. Label scannen
12. Doos op lopende band zetten

1. Pakket afvullen
2. Vulmateriaal afscheuren
3. Vulmateriaal in doos stoppen
4. Doos in tapemachine zetten

# 2003.



## WEBSHOPS.

 8

## WINKELS.

 1

## MEDEWERKERS.

 32

## OMZET.

 € 10 M

## AWARDS.

 2

NOMINATIE  
Prestatie 2003  
NOMINATIE  
Stuvia Award 2003  
Vakgroep



# WERKDAG.

Van Debbie van Helvoort.

Functie: Klopt altijd.

Datum: 6 augustus 2010

**8.15** Ik arriveer bij Coolblue, neem een cappuccino en slinger mijn pc aan. Ik begin met het uitprinten van de per email verstuurd facturen en lees vluchtig mijn andere e-mails door.

Ik trek de 'task overview' in Vanessa open en betaal geld terug aan klanten die hun order geannuleerd hebben of op een andere manier nog geld tegoed hebben. Dan trek ik de lijst met nog niet uitbetaalde creditnota's open en zet daar wat terugbetalingen klaar.

**9.00** Ik haal mijn facturen-bakje leeg. Ik boek ze in en zet de betalingen klaar. Vandaag zijn het er best veel. We zijn bezig met de maandafsluiting dus eerder deze week heb ik iedereen die nog facturen in zijn/haar bezit had, de opdracht gegeven om ze te controleren en in te leveren.

**10.30** Rooktijd. De meiden en ik roken op drie vaste tijden. Bij terugkomst archiveer ik de facturen die zijn verwerkt.

**11.00** De post is er meestal wel op dit tijdstip. Er komt best veel post binnen, dus soms gaat er best een hoop tijd in zitten. Het is bijna lunchtijd en ik kijk mijn nieuwe e-mails door. Ik print nog wat factuurtjes en beantwoord e-mails van o.a. leveranciers, die zich afvragen waar hun geld blijft. Vervolgens doe ik nog wat taken, want ook de klantenservice heeft niet stilgezeten.

**12.30** Rook- en lunchtijd. Eerst even een sigaretje met de meiden en dan lunchen aan mijn bureau.

**13.00** De banktransacties worden vanuit ons bankingpakket ingelezen in Vanessa. Ik exporteer ze naar ons boekhoudprogramma, zodat ze in een paar simpele klikken in onze boekhouding staan. Mooi systeem! Alleen gaat niet alles automatisch, dus ik moet hier en daar zelf nog wat handelingen verrichten, zoals betalingen aan de juiste crediteur koppelen en hier en daar de juiste grootboekrekening invullen. Vervolgens verwerk ik nog wat taken en e-mails, iets wat de hele dag door gaat.

**14.00** Tijdens de maandafsluiting boek ik ook de kas- en kluistransacties van onze Nederlandse winkels. Dit doe ik aan de hand van de ingeleverde bonnen en de kas- en kluislijsten in Vanessa. Inmiddels zijn er weer wat facturen ingeleverd, die ik inboek en klaarzet voor betaling.

**15.00** Rooktijd.

**15.15** De nieuw binnengekomen facturen boek ik op een tussenrekening. Ik boek ze nog niet rechtstreeks op de juiste rekening, omdat ik nog geen akkoord heb gehad. Door ze op een tussenrekening te zetten, blijft het voor ons toch overzichtelijk wat we hebben binnen gekregen en welke facturen er nog in omloop zijn. Hierna worden de facturen



uitgezet bij de juiste personen die deze moeten controleren. Naast facturen komen er ook creditnota's binnen. Ik verwerk deze, boek ze in onze boekhouding en verreken ze met te betalen facturen.

**16.45** Ik sluit mijn pc af en vertrek richting bus.

**“Eerst even een sigaretje met de meiden en dan lunchen aan mijn bureau.”**

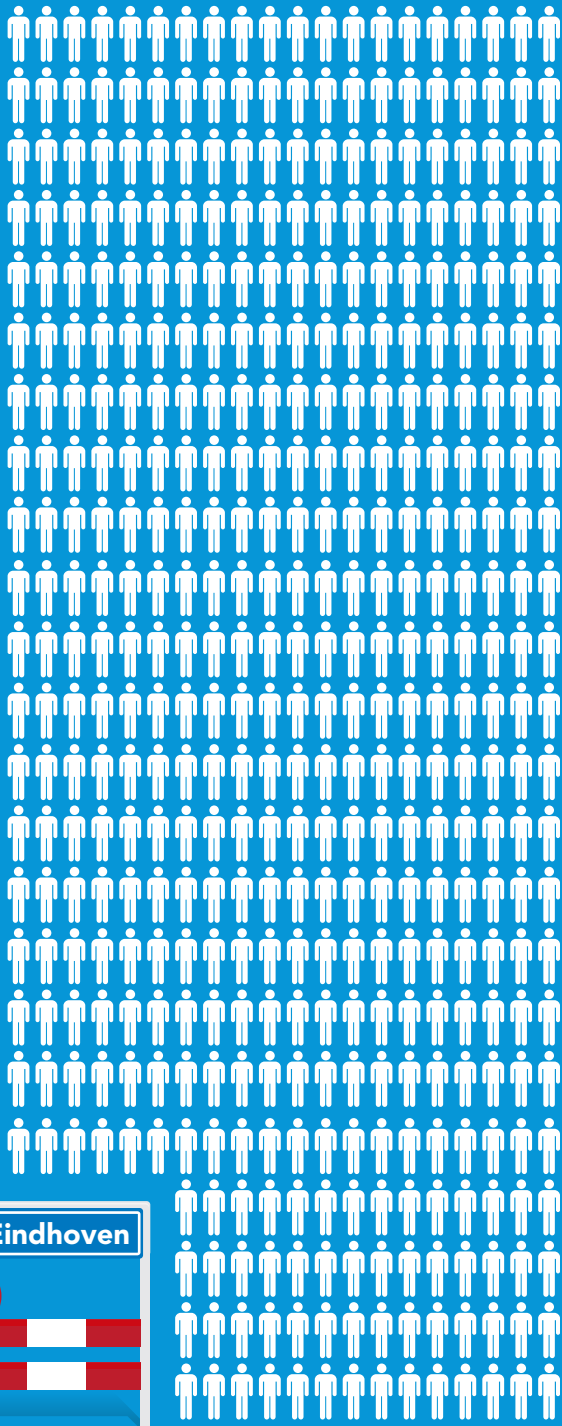


# WINKELS.

Van de bovenste plank.

## 219.172

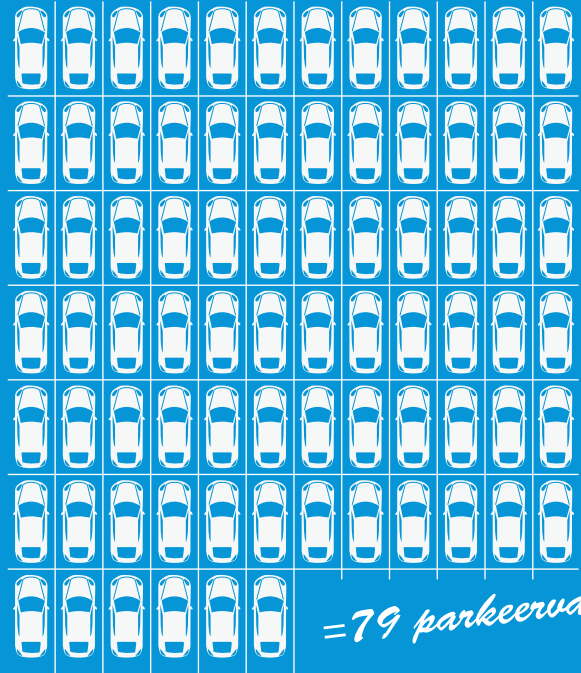
Winkelklanten per jaar.



= inwonerstal van Eindhoven

## 951 M<sup>2</sup>

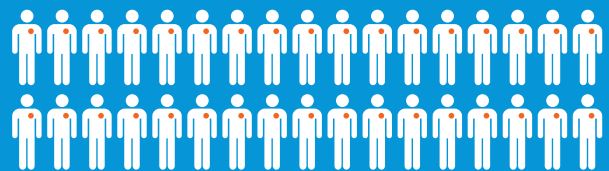
Winkeloppervlakte (totaal)



= 79 parkeervakken

## 34

Winkelmedewerkers

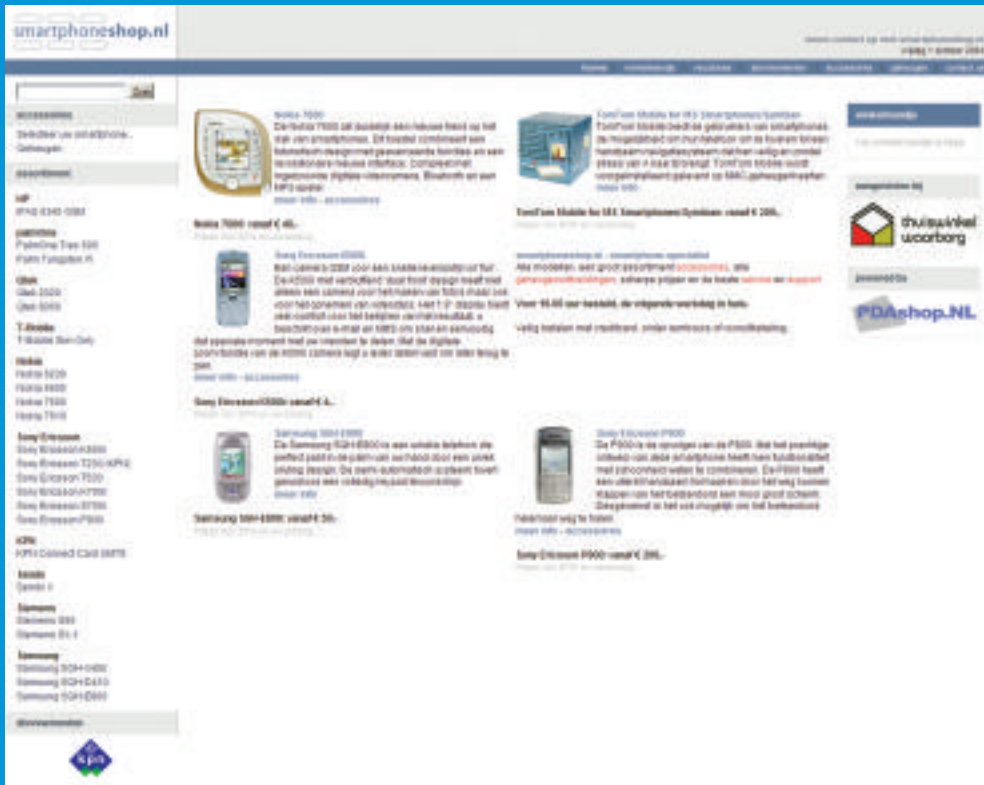


## 11.536

Openingsuren per jaar (totaal)

= 1 jaar, 3 maanden en 24 dagen

# 2004.



## WEBSHOPS.



## WINKELS.



## MEDEWERKERS.



## OMZET.



## AWARDS.



NOMINATIE  
Beste Webshop 2004  
NOMINATIE  
Winkel van het Jaar 2004



# LOGISTIEK.

Kan het leuk verpakken.



COOLFACT #6

## 48 KM

verpakkingstape p/m



# 535.820

orders met digitale factuur

Besparing van ca. 40 bomen.



Of hij tijd heeft voor een kort interview. Kroegbaas Willem antwoordt met een lange stilte. Tijdens de maandelijkse Coolblue-borrel in de Dijk heeft hij er eigenlijk geen tijd voor maar dit keer maakt hij graag een uitzondering. "Kunnen we het om tien uur doen, dan is de grootste drukte voorbij".

Coolblue en De Dijk delen een lange historie die terug gaat tot het prille begin. "Pieter, Bart, Paul en Casper [voormalig oprichter, red] kwamen hier vaak voor een biertje." Willem schonk het gerstenat toen ook al voor de mannen en doet dat vandaag nog met veel plezier. Hij vervolgt: "Pieter spreekt hier af en toe nog af om een interview te geven. Maar veruit de belangrijkste gebeurtenis is natuurlijk de maandelijkse Coolblue-borrel. Een borrel waar het bier rijkelijk vloeit en de opkomst doorgaans hoog is."

De kroeg op de hoek van het Oostplein ziet vele borrels. Die van Coolblue is altijd bijzonder door de maandelijkse speeches van Pieter, de huldiging van collega's die vijf of zelfs tien jaar in dienst zijn en doordat iedereen lekker zichzelf is. "Bij de meeste borrels doen de medewerkers alsof ze nog op kan-

toor zitten. Ze zijn niet op hun gemak", legt Willem uit. "Coolblue is een makkelijke club, lekker casual."

Willem weet precies hoeveel man er gemiddeld op komen dagen. "Toch minstens zo'n 50 man. Aan het aantal liters bier dat erdoorheen gaat kan ik precies zien hoe druk het is." De gemiddelde Coolblue-borrel is goed voor zo'n 100 liter bier en 150 bitterballen. Opvallend feit: de mannen drinken allemaal bier, de vrouwen allemaal zoete witte wijn. Er zijn bijna geen uitzonderingen. "Als ik met een dienblad vol bier en wijn richting de menigte loop, kom ik vaak niet verder dan de voordeur."

Na een minuut of tien wordt Willem plots geroepen van achter de bar. Hij kijkt verontschuldigend en neemt afscheid. Rechts staan een paar Coolblue'ers met lege glazen beteuterd voor zich uit te staren. Er is werk aan de winkel, tot in de kleine uurtjes.



# COOLBLUE CLICHÉ CLOUD.

Eerlijk, open, direct.

Taal weerspiegelt de ziel, zei een dode Romeinse staatsman ooit. Als je wilt weten hoe de ziel van Coolblue eruitziet, dan kun je dus maar beter goed luisteren naar wat Coolblue'ers allemaal uitkramen. Hieronder zie je een woordenwolk van de meestvoorkomende Coolblue-kreten. Woorden vol ongeduld, daadkracht, verwondering en natuurlijk je m... enfin, lees zelf maar



\*Tip: verstuur nooit een enquête vlak na de vrimibo

# WERKDAG.

Van Vincent van de Poll.

Functie: Productmanager Digital Imaging

Datum: 3 september 2010

**9.00** Ik rijd elke dag over de Oostzeedijk en de Hoofdweg langs twee camerawinkels met een uitgedachte en waterdichte (prijzen) strategie. Die gaan we kapot maken.

**9.05** Koffie

**9.15** Koffie

**9.30** Eerst even mijn inkooplijst opentrekken, kijken wat we verkocht hebben. Oh, shit daar komt Inge met een NPP0. Wegduiken kan niet meer, dan maar snel iemand bellen. Oef, ze loopt door, mooi. Wat staat er vandaag op de planning? Aanmaken geïntroduceerde producten van Canon, inkopen, afspraak met accountmanager 'X', prijzen nalopen.

**10.00** Kick, Canon introduceert de nieuwe EOS 60D, zouden we daar geld op kunnen verdienen? Nee, natuurlijk niet. Alles lekker op 1% doorverkopen is veel beter. Gelukkig staat de 60D weer als eerste online bij Coolblue, inclusief bundels, accessoires en recommendations en 100 activemails (Jorieke en Robbert zijn weer goed bezig!) Hier pak aan: stukje leiderschap!

**11.00** Ook maar even inkopen. Hmm, iets met schaarste en elende. Dit is geen inkopen maar een speurtocht.

**11.55** Wie krijgt er vandaag een pak slaag met FIFA? Pieter Restart, Schulmeister, halve en halve, Ken Fonshine of Bartje K? Misschien zijn de Fredjes F. (Foutloos) er: Ruben Hortensius en/of Paul de Jong. Zo maar eens kijken.

**12.00** Het meest intensieve moment van de dag; een half uurtje FIFA. Niet alleen voor de 4 spelers maar ook voor de hele kantine. De vrouwenclub komt allang niet meer rond 12.00 uur, die willen liever in rust lunchen. Als Pieter na 5 minuten alweer een goal tegen krijgt doet hij zijn naam eer en start hij opnieuw op: "Hé, het staat weer 0-0".

**12.25** Snel nog even 2 broodjes pakken en meenemen. Wat een gemis dat de broodjes lekker, brie royaal en pittig vlees - met liefde door Fina klaargemaakt - er niet meer zijn. Wie dat ooit bedacht heeft..

**14.00** Samen met Sander (Marketing) gesprek in met een accountmanager. Een uur lang aanhoren waarom het niet hun schuld is dat er geen voorraad is en er geen geld verdiend kan worden. Daar hebben we geen zin in. Na 3 minuten geklaag draaien we het gesprek maar eens om. We willen een vette aanbieding en marketingbijdrage voor een leaderboard, AdWords en een online marketingcampagne. O ja, en 4 demomodellen voor de winkel. Zo, geregeld.

**15.00** Prijzen nalopen, niet mijn favoriete onderdeel van de dag. Na 5 minuten beginnen de tranen in de hoeken van mijn ogen te branden. Ben benieuwd of mijn concurrenten dezelfde gevoelens hebben.

**15.30** Pieter Restart en Fredje F. willen een rematch. "Zou je dat nou wel doen Pieter, de teleurstelling is elke keer zo groot. Maar goed, als jij het wil..." Toch een heerlijke manier



om energie op te doen voor de laatste twee uur van de dag. Althans voor sommigen, kan me niet voorstellen dat het ook voor hen zo werkt. Op de terugweg Jeffrey "Laptop" Hamelink maar even irriteren, dat heb ik al 2 dagen niet gedaan. Met een stressbal moet het wel lukken.

**16.00** Ah, zo te zien is er net koffie gehaald. Goed moment om mijn lieftallige collega's ook maar een kopje aan te bieden. "Oh, jullie hebben al, dan haal ik de volgende keer wel" Even mijn administratie bijwerken. Leaderboards, frontpage, top-5, aanbiedingspagina nalopen, mailbox legen. Oh shit, ik moet mijn facturen nog controleren anders krijg ik Kimberly en Hardcore weer op m'n dak.

**17.00** Nog even kijken naar de omzet. Leuke B2B-order met camcorders, 6 orders met meer dan 5 producten, goed bezig! 250 orders in NL en 225 in België. Hoe lang duurt het nog voordat Knalprijs van Printershop de meest rendabele shop maakt? Als ie zo door gaat niet lang meer. Hoe lang zou het nog duren voordat België groter is dan Nederland?

**17.30** Wat ga ik morgen doen? Misschien eens kijken naar Facet Navigation, even langs IT voor die Suziecall. En voor de rest gaan we weer bedenken hoe van Coolblue een hele grote kunnen maken.

# 2005.

































## WEBSHOPS.

          13

## WINKELS.

 1

## MEDEWERKERS.

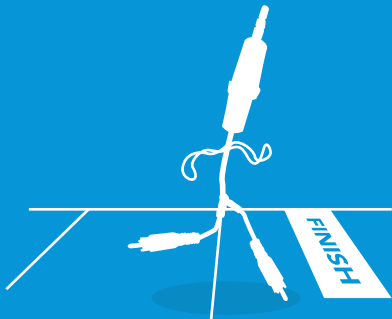
                                          

# INKOOP & SHOPMANAGEMENT.

Opereert in de marge.



**EERSTE IN VANESSA**  
Samsung Yepp 64 MB



**LANGSTLOPEND**  
Veripart Audio HiFi kabel



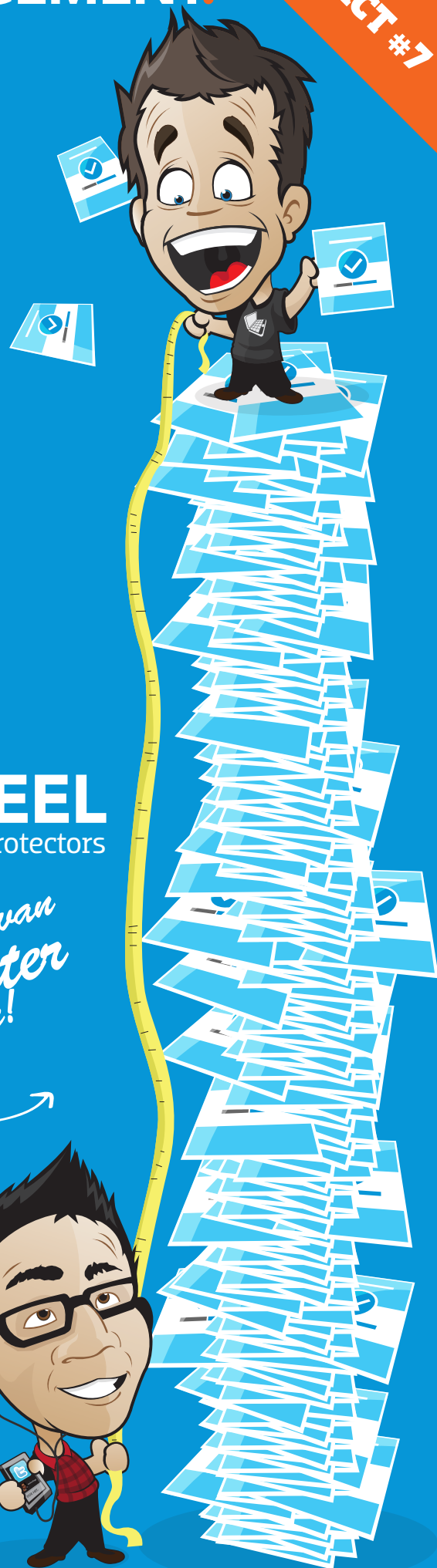
**MEEST SUCCESVOLLE MERK**  
Veripart



**SLECHTST LEVERBAAR**  
Nintendo Wii

**HEEL VEEL**  
Verkochte screenprotectors

*Een stapel van  
30 meter  
hoogte!*





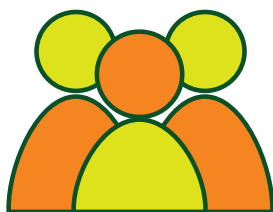
# Rio PMP 300



- 32MB geheugen
- PC en Mac ondersteuning
- Backlit LCD display met titel weergave
- USB
- Bijzonder klein

*f* 904,-

De Rio 300 is "State of the art" uitgerust met 32 Mb. De Rio 300 beschikt over een zeer snelle USB aansluiting en is naast PC ook Mac compatible. Het backlit lcd scherm met titel weergave maakt hem compleet. De Diamond Rio 300 beschikt over 32 MB vast geheugen, dat zelfs uitbreidbaar is tot 64 of 96 MB met een extra toevoegbare geheugenkaart!



**Mp3man.NL**

# WEBIMPERIUM COOLBLUE ONTSTOND AAN STAMTAFEL 7.

'Hot werd Cool en Orange werd Blue, hoe simpel kan het zijn'

**Eén mp3-speler per drie dagen. Tien jaar later gaan er met gemak drieduizend items als laptops, monitoren of scheerapparaten per dag het magazijn uit. Het succes van Coolblue begon rond de millenniumwisseling op een oude bovenwoning in Kralingen. Nu heeft het webwinkelimperium een omvangrijk logistiek complex onder de rook van deze Rotterdamse studentenwijk.**

De gaatjes in de afgebladderde bruine voordeur zijn nog te zien. Ooit hing er het witte in hoofdletters geschreven naambordje MP3 MAN.NL, mét spatie. Herhaald aanbellen heeft geen zin. De voordeur blijft potdicht. Voor de ramen hangen vale grijze gordijnen. Het halfronde balkonnetje op de eerste verdieping wordt door roest en betonrot aangevreten. De buurman weet niet of er nog mensen wonen. Tien jaar geleden was dat anders. Na aanbellen op Libellenstraat 20a werd er rap opengedaan. Vier studenten zetten in 2000 met webwinkel MP3man.nl hier hun eerste ongewisse schreden op het pad van ondernemerschap. Bart Kuijpers, Paul de Jong, Casper Langemeijer – hij stapte er na drie jaar uit – en Pieter Zwart verkochten via MP3man.nl en vanuit hun studentenonderkomen mp3-spelers van het merk Rio Diamond met een geheugenruimte van 32 MB voor het astronomische bedrag van 499 gulden (226,44 euro). „We wilden het internet op, maar sommige mensen wisten waar we woonden. Ze kwamen gewoon het mp3-spelertje ophalen. Even kijken of we wel echt bestonden,” weet Pieter zich nog te herinneren.





# 'HET ZIJN RASONDERNEMERS DIE DRIE MANNEN'

Paul Nijhof van de grootste onlinewinkel wehkamp.nl



Hij heeft diep respect voor de prestaties van Paul, Pieter en Bart. Hij is onder de indruk van de drie jonge oprichters van Coolblue. „Het is toch een jongensdroom of een spannend boek om geheel vanuit het niets binnen tien jaar een grote speler te zijn in de Nederlandse en Belgische wereld van de e-commerce.“ Uit de mond van Paul Nijhof is dat een compliment, een digitaal schouderklopje. Paul is de baas en deels eigenaar van wehkamp.nl, en kan zich misschien wel de 'éminence grise' van het digitale winkelen noemen. Hij zette het merk wehkamp.nl opnieuw in de markt en zorgde ervoor dat nu ook in de perceptie van consument, wehkamp.nl de grootste onlinewinkel is.

De drie van Coolblue komen Paul tegen in zwart pak met vlinderdas als ze bijvoorbeeld een Thuiswinkel Award hebben gewonnen. „Ja, we komen elkaar de laatste jaren veel tegen, want zowel wij als Coolblue winnen de ene na de andere vak- en publieksprijs,“ zegt hij met een warme lach. „De twee webwinkels doen het gewoon goed. Maar“, even op een strenge bijna vaderlijke toon, „je kunt nog zo veel prijzen winnen, het gaat er toch om of op het eind van de dag omzet en resultaat zich goed hebben ontwikkeld. Weet je wat ik ook opmerkelijk vind? De drie oprichters zijn al vanaf de middelbare school vrienden en vooral ook nog eens zichzelf gebleven. Zoals ik ze ken, zijn ze aanvullend van karakter.“

De twee webwinkels zijn hoegenaamd niet te vergelijken. Coolblue bouwt voor elk product een gespecialiseerde website en heeft vier echte winkels in Nederland en België. Wehkamp.nl is een breed warenhuis op het web met 'instorewinkels' van C&A, Promiss en Miss Etam. Paul: „De keuze die Coolblue heeft gemaakt om zich te ontwikkelen als product-specialist is succesvol gebleken. Ze maken duidelijke keuzes en dat is goed. Alles, maar dan ook alles weten van een product is goed voor de klant. Daarnaast doen ze als bedrijf alles zelf; van de IT tot de logistiek. Het zijn rasondernemers die drie mannen.“

Hij lacht breed en hartelijk op de vraag of hij Ton van Eijk, creative director wehkamp.nl, zou willen uitlenen aan Paul, Pieter en Bart als cadeau voor het tienjarig bestaan. Ton werd in juni 2010 tot Marketeer of the Year benoemd. Ton bouwde in een recordtempo van acht maanden wehkamp.nl om tot een eigenzinnige en verrassende online retailer. „Ik heb laatst met ze van gedachten gewisseld over het bouwen van de merknaam Coolblue. Je moet een merk heel consequent invullen, laden. Op welke manier Paul, Pieter en Bart dat moeten doen is opnieuw een keuze. Er leiden meer wegen naar Rome om een merk te bouwen. Belangrijk is dat ze kiezen en aan die keuze vasthouden.“

MP3man.nl was in 1999 de eerste gespecialiseerde website van Coolblue. PDAshop.nl volgde in 2001 in periode dat het ene na het andere dotcombedrijf over de kop ging. In de jaren tussen 1997 en 2000/2001 dachten oprichters en investeerders van deze bedrijven dat de bomen tot in de hemel groeiden. Geholpen door een goede economie en geld dat 'tegen de plinten klotste' lukte dat wel. Maar na

de millenniumwissel implodeerden duizenden van deze bedrijven in binnen- en buitenland. Het geld waarmee ze draaiende werden gehouden was op. De aanslagen van 11 september 2001 in New York en de commotie rond de beursgang van internetprovider World Online deden de rest. Nederlandse internetbedrijven als Hot-Orange, Buyonline.nl, Shop.nl en MagicMinds vielen om.

De oprichters van Coolblue hadden weinig last van het klappen van de internetzeepbel en de neergang van de economie in de jaren daarna. „We zijn gewoon begonnen en tot op de dag van vandaag houden we dat vol,“ zegt Pieter nuchter. Bart vult aan: „We keken wel vreemd naar die glimmende met veel geld gestuurde internetbedrijven. Het voordeel is dat wij geen vreemd kapitaal in het bedrijf hadden. Ach, er belde weleens

zo'n investeerder die een deel wilde kopen. We vonden het een raar idee om de helft van de hand te doen. Alles wat we verdienden, ging weer terug in het bedrijf. Heel conservatief; alle winst ging terug. Dat geld moest je overigens wel door drie delen. Er bleef dan niet veel over.“

## Tafel 7

Tafel 7 is leeg deze eerste vrijdagmiddag van de maand. Vanuit het hoofdkantoor op een sober kantorengedebied in Capelle aan den IJssel en de winkel aan de Oudedijk stromen de Coolblue'ers naar Eetcafé De Dijk aan de Oostzeedijk. Het eerste etablissement als je Kralingen binnenrijdt. Het fundament voor het snel uitdijende webwinkelimperium is gelegd in dit café aan stamtafel 7; vier stoelen om een simpele houten bruine tafel. De originele tafel 7 is door het personeel als cadeau aan de





Overname Direct	30-11-05
Rotterdamse ondernemersprijs	27-09-06
Opening MP3man.nl	28-09-06
Opening PDAshop.nl	07-10-06
Opening eerste Belgische winkel	05-11-07
Opening kantoor België	28-04-09
Deloitte Technology Fast 50	31-01-09
Entrepreneur of the year	29-03-10
Overname poging Dexcom	24-06-10
Winnen becomecommerce awards	
Eerste overname Dexcom	
Tweede verhuizing	
Derde verhuizing	
Winnen thuiswinkel awards	
E-commerce geïllustreerde van het jaar	

oprichters gegeven en staat nu in de kantine van het hoofdkantoor. Aan deze tafel in De Dijk bestookte Pieter zijn kompanen, vrienden voor het leven geworden op het Oranje Nassau College in Zoetermeer, tot vervelens toe met een niet aflatende stroom ideeën. Op de achterkant van bier-viltjes schreven ze hun plannetjes. „Bier vloei de rijkelij k hoor,” weet Paul zich nog te herinneren. „De strategie van Coolblue is aan tafel 7 bedacht en uitgewerkt. We besloten voor elk product een website te bouwen en niet alles op een hoop te gooien. We werden een nichespeler en geen groot internetwarenhuis. De naam Coolblue is niet aan onze stamtafel verzonnen. In een satétent zaten we maar te broeden op een naam voor ons bedrijf. We moesten de volgende dag naar de notaris voor de oprichting en wisten echt geen naam. Uiteindelijk gingen we tegen Hot-Orange in. Dit moest rond de millenniumwissel dé webwinkel der webwinkels worden, een soort Bijenkorf op het web. Door het klappen van de internetzeepbel ging dit bedrijf onderuit. Hot werd Cool en Orange werd Blue, hoe simpel kan het zijn.”

De Libellenstraat 20a in hartje Kralingen bleek al snel te klein voor studeren, student zijn en het runnen van een webwinkel. Medewerker van het eerste uur Nick Lenten, een knaap van 14 jaar, moest tussen alle spullen door laveren om zijn werk te doen. Pieter had Nick aan boord gehaald, omdat hij op zijn eigen website Digit\ Media recensies over mp3-spelers schreef. De vier vulden doosjes met mp3-spelers, schreven met de hand de factuur en fietsten naar het postkantoor voor de verzending. Het huisje uit twee verdiepingen stond vol met spulletjes voor verzending. „Nee, het moest anders. Je kon eigenlijk ook geen vriendinnetje mee nemen. Aan de Oostzeedijk vonden we uiteindelijk een winkel,” zegt Paul.

De winkel aan de Oostzeedijk 196 staat leeg, net als de verdiepingen erboven. Een zwerftocht door het



**“De strategie van Coolblue is aan tafel 7 bedacht en uitgewerkt.”**

muffige pand levert geen restanten op uit het verleden van Coolblue. Bij de Sociale Dienst, de huidige huurder van het grote kantorencomplex, hebben de drie na hun geflopte opleiding aan de Erasmus Universiteit nooit hoeven aan te kloppen. Bij Overtoom werd de eerste echte magazijnstelling besteld en achterin de winkel geplaatst. Van een geautomatiseerd bestelsysteem was geen sprake. Nieuwe voorraad werd besteld door een 'kijkje' te nemen in het magazijn. Vader Zwart verbeterde de afvlumachine, dat fluff – vulmateriaal – in de verzendoosjes stortte.





Aan tafel 7 in De Dijk werd het businessmodel van Coolblue met behulp van bierviltjes uitgewerkt. Het is een mix van de Long Tail-theorie van Wiredhoofdredacteur Chris Anderson en de celstrategie van Eckart Wintzen. In de geest van in maart 2008 overleden Nederlandse IT-ondernemer, investeerder en groen-geroe Wintzen krijgt elke product-groep bij Coolblue een eigen website met naam en bemensing. In de hoogtijdagen van zijn internationale softwareconcern BSO, voordat het werd verkocht aan Philips, bestond

het uit tientallen losse bedrijven, zogenoemde cellen. Onder de naam Coolblue hangen 65 websites en vier fysieke winkels in Nederland en België. Anderson beschreef in oktober 2004 dat producten die niet erg in trek zijn, gezamenlijk een groter marktaandeel kunnen hebben dan de grote 'hits' in de industrie, zolang de winkel of het distributiekanaal maar groot genoeg is. De oprichters kennen de theorieën van beide mannen maar houden de uitleg van hun businessmodel nuchter. „Door rond een product een website te

bouwen maak je deze relevant en interessant voor de klant. Als iemand op zoek is naar een PDA of een console, dan heeft die persoon geen zin om ook wasmachines of tv's te zien,“ zegt Pieter al jaren. „Elke website kent het product door en door. Onze specialisten zijn productgericht en daar vaart de koper wel bij.“ Paul vult aan: „Ik ben wel trots als computer-fabrikanten aan onze specialisten in het geheim vragen om naar een demotoestel te kijken. Dat is gaaf! Daarnaast zijn we extreem goed in snel bezorgen.“



# 'HET IS EEN INSPIRERENDE CLUB MET BRANIE EN LEF'

Daniel Ropers, de baas van bol.com

„Het moet zo rond 2002/2003 zijn geweest, tijdens de uitreiking van de Thuiswinkel Awards. We hadden vast ons pinguïnpak aan. Bart, Paul en Pieter stonden als nieuwkomers na afloop om me heen een beetje te dollen, lekker studentikoos te geinen en 'de grote concurrent' uit te dagen. Ineens valt er een stilte, en zegt Pieter, "Weet je, volgens mij moet jij maar CEO worden van Coolblue", om vervolgens lachend weer verder te gaan. Dat zijn de Coolblue-mannen ten voeten uit; branie en zelfvertrouwen, en de zaken erg serieus nemen maar de mensen wat minder."

Met veel plezier en warmte praat Daniel Ropers over de drie oprichters van Coolblue. De redder en tegenwoordig directeur en een beetje eigenaar van bol.com komt het drietal al bijna zijn hele werkzame leven tegen. Sinds 1998 is Daniel aan boord van deze zeer succesvolle webwinkel, die eerst begon met de verkoop van boeken maar nu ook een breed assortiment elektronica verkoopt. Daniel: „Ik zie de drie zeker als concurrenten, maar het zijn ook mooie kerels waar je een beetje van kunt gaan houden. Wat wil je als je één decennia lang samen de gehele ontwikkeling van het webwinkelen in Nederland hebt meegeemaakt. Ik weet dat de drie oprichters bol.com gebruiken om hun eigen organisatie zo scherp als een mes te houden. Tegelijkertijd

weet ik dat we ook een voorbeeld voor hen zijn als het gaat om onze professionaliteit."

Daniel geeft eerlijk toe dat Coolblue voor hem ook een voorbeeld is. „Hun bravoure, werken vanuit eigen kracht en zelfvertrouwen is een benijdenswaardige combinatie. Het zijn echte retailers, ze houden van het spel. En dat zie je en voel je. Ze verkopen vanuit het product en weten daar alles. Die enorme focus op het individuele product heeft hen ver gebracht. Daar hebben we het ook wel eens met elkaar over, omdat bol.com een totaal andere benadering heeft van de markt: wij beginnen bij de klant, Coolblue bij het product. Het ideaal is, om beide perfect te doen. In die zin leren we van elkaar."

Maar wat Daniel het meest blijft, is dat het eigenlijk altijd wel lachen is met de mannen. „Het zijn gewoon erg mooie kerels. Branie, lef, en gedrevenheid gaan samen met heel veel humor en mooie verhalen, en dat is een inspirerende combinatie."



**"We zijn gewoon begonnen en tot op de dag van vandaag houden we dat vol!"**

## Groei

Jaar na jaar groeide de onderneming. Sinds de oprichting werden er websites en winkels geopend en liep de winstgevende omzet op. De motor: de Nederlandse en Belgische consument die vanwege het gemak steeds meer via internet winkelt. De explosieve groei van het aantal huishoudens met breedbandinternet helpt ook. Zowat elk huis in Nederland heeft een computer met snelle internettoegang. Door die gestage groei was het onderkomen aan de Oostzeedijk na 4 jaar al snel te klein voor de zestien werknemers. Aan de centrale tafel werden de bestellingen ingepakt, boterhammen gegeten, spelletjes

gespeeld en sollicitatiegesprekken gevoerd. De voorraad stond ook al onder deze tafel omdat de Overtoomstelingen afgeladen waren. De drie oprichters besloten binnen de wijk Kralingen een combinatie te zoeken van winkel en magazijn. Op de hoek van de Oudedijk en Aegidiusstraat werd een pand gehuurd. „We gingen van 100 naar 1100 vierkante meter. Ineens werden we voor vol aangezien door leveranciers als HP. We konden ook veel betere voorwaarden bedingen, omdat we naast de winkel al 6 websites in de lucht hadden," weet Bart zich nog goed te herinneren. „Leveranciers vonden ons noeste gezwoeg leuk. Wat

ook bijdroeg was dat wij met kerst cadeautjes naar hen stuurden. Goed voor de gunfactor in die periode."

Op een doordeweekse dag gonst het aan de Oudedijk van de activiteit. Klanten parkeren even illegaal hun auto op de stoep om snel een bestelling af te halen. Het personeel is bezig met bestellingen opzoeken, telefoons beantwoorden, kleine reparaties en gamen. Net als in elk jong en hip internetbedrijf wordt er fanatiek gespeeld en wel FIFA 10. In de kantine op het hoofdkantoor in Capelle aan den IJssel staat ook een complete spelset, want door de groei bleek de Oudedijk al na 2 jaar te krap. „Maar onze overstap naar Molenbaan 11 was toch minder heftig dan de eerste twee verhuizingen, hoewel







ik het toch lastig vond om Rotterdam te verlaten," zegt Paul eerlijk. „Om de kwaliteit van onze dienstverlening te verbeteren en de groei op te vangen vonden we een groot magazijn met kantoor in Capelle. IT, retour en de logistieke afhandeling worden in deze 'schuur' gedaan. Nog voor het eind van 2010 vergroten we magazijn. Waarom? Groei!"

### Verwonderen

De oranje TNT- vrachtwagen draait de smalle Molenbaan op. Het is de tweede zending al vandaag. Vanuit het moderne magazijn zijn in hoog tempo de al voorgesorteerde contai-

**"We besteden logistiek en IT niet uit"**

ners met pakjes ingeladen. Als betrouwbare logistieke partner is het Nederlandse pakjesbedrijf onderdeel van het succes van Coolblue. De volgende dag ligt zowel in Nederland als in België het bestelde item op de deurmat. „Maar het magazijn uitbesteden aan TNT dat doen we niet," zeggen de oprichters in koor. „Het succes van ons bedrijf komt door de meer dan tweehonderd medewerkers die alles zelf doen. We besteden logistiek en IT niet uit. Het systeem Vanessa, inderdaad vernoemd naar de rondborstige artieste, is zelf gebouwd. Het geeft ons de flexibiliteit om te groeien en beter te zijn dan onze concurren-

ten. Zo konden we in de herfst van 2009 zowat elke week een nieuwe webshop lanceren. De volgende stap is misschien dat iedere koper na de eerste aankoop bij Coolblue zijn eigen 'webwinkeltje' krijgt, dus als voorbeeld pieterzwart.coolblue.nl. Met een eigen IT-afdeling werk je zo'n klantgericht idee snel uit. Als je net een BlackBerry hebt gekocht, wil je niet lastig gevallen worden met een nieuwe smartphone, en misschien wel met accessoires als een screenprotector. Je eigen Coolblue-winkeltje weet precies wat je in het verleden hebt gekocht. Alles zelf doen heeft nog een ander belangrijk voordeel. Misschien dat we in de toekomst de logistiek of IT gaan doen voor andere internetwinkels."

Een schreeuw vult de bovenste verdieping van het hoofdkantoor: iemand heeft gewonnen bij FIFA 10. De ondeugende studentikoze onrust van het begin is nog steeds volop aanwezig; van magazijn tot winkelbalie en van kantine tot kantoor. Het Coolblue-manifest waakt daarover, en ook over de professionaliteit van de dienstverlening en de drive om constant te vernieuwen. Want tien jaar na het witte naambordje MP3 MAN.NL zijn de 65 websites en 4 fysieke winkels van Coolblue goed voor een 100 miljoen euro omzet (2010) en werken er 230 mensen met passie en plezier. Met hun inzet

### \*De prijzen

- **FD Gazellen Awards 2005**
- **3rd Deloitte Fast 50 NL 2005**
- **12th Deloitte Fast 500 EMEA 2005**
- **Rotterdamse Ondernemersprijs 2006**
- **Ernst & Young Entrepreneur of the Year 2006**
- **Website van het Jaar in 2007 en 2009 (PDAshop.nl)**
- **BeCommerce Awards 2009 en 2010 (Coolblue Belgium)**
- **Thuiswinkel Awards 2010 vakprijs en publieksprijs (Coolblue)**

## 'ER IS TOEKOMST GENOEG'

Roel de Hoop van failliet Hot-Orange.

„Ik? Ik een voorbeeld voor de Pieter, Bart en Paul?" Roel de Hoop vraagt het, terwijl zijn stralende ogen een ondeugende grijns op zijn gezicht accentueren. „Ben zeer vereerd dat ik heb bijgedragen aan het vinden van de naam Coolblue."

Roel stond tussen 1998 en 2001 aan de wieg van wat ooit 'de Bijenkorf op internet' moest gaan worden, de winkelwebsite Hot-Orange.com. Het klappen van de internetzeepbel rond de eeuwwisseling deed de website de das om en deze ging uiteindelijk failliet, terwijl Coolblue doorging met groeien en groeien. „De start van beide webwinkels in 1998/1999 was zo anders dat ze nauwelijks zijn te vergelijken. Ik geloof niet in een calvinistisch conservatieve aanpak. Ik pakte het moment om mijn droom uit te laten komen en gaf veel gas; groeien en opvallen. Er was in die startperiode erg veel geld beschikbaar van investeerders. De drie Coolblue-jongens hadden de nuchtere Rotterdamse aanpak en begonnen bij wijze van spreken in een garagebox.

Ik ben veel opportunistischer en ben dat nog steeds." De Amsterdamse braries van Hot-Orange hadden wel een Rotterdammer nodig om te kunnen werken. „Onze websitebouwer Jan Kees (de latere staatssecretaris en minister van Financiën Jan Kees de Jager/red.) kwam uit Rotterdam."

Tot op de dag van vandaag is Roel actief als investeerder en begeleider van startende ondernemers, maar hij helpt ook middelgrote ondernemingen die bijvoorbeeld de sprong naar het buitenland willen wagen. „Het zijn leuke nuchtere ondernemers die lol hebben in hun werk. Ik snap de aanpak drommels goed om rond elk product een website te bouwen. Ze hebben oog voor detail en met kleine stapjes gaan ze voort. Ik koop er graag en zou er best in kunnen investeren. Er is toekomst genoeg."



sleepten ze al een kast vol prijzen\* in de wacht. Dat het fijn is om bij het bedrijf te werken toont medewerker-van-het-eerste-uur Nick, inmiddels 24 jaar. Hij maakte zijn studie aan de Erasmus Universiteit wel af en is nu de 'onmisbare rechterhand' van de drie oprichters.

Het Coolblue-manifest verbindt de laatste tien jaar met de onbekende, spannende toekomst. Elke nieuwe Coolblue'er krijgt het te lezen op zijn of haar eerste werkdag. Zinnen uit het manifest: *Ons geheim is onze bijzondere bedrijfscultuur. Begonnen als vriendclub, nog steeds een vriendenclub – maar dan één van professionals. Dat trekt ambitieuze, ondernemende mensen. Toch een eigen theorie? Paul lacht: „De kern van ons manifest zijn twee woorden die elkaar tegen lijken te spreken: gewoon verwonderen. Blijf gewoon, nuchter, doe je werk. Met verwonderen wekken we een emotie op door bijvoorbeeld net een stapje harder te lopen voor de klant*

of collega. Maar ook waardevol is dat je een idee uitwerkt. Een idee is namelijk niets waard zonder uitvoering. Coolblue is gewoon komma doen!"

Bronnen: Thuiswinkel.org, gesprekken met de oprichters en personeel, het Coolblue-manifest, Twinkle, CBS, Webwereld

**“Een idee is niets waard zonder uitvoering.”**



# MARKETING.

Heb je even?

COOLFACT #8

**115**  
AdWords-campagnes

**18.165**  
AdWords-advertenties

**267.742**  
Keywords in AdWords

*= 6,7 romans*





# DE VERENIGDE VENNOOTSCHAPPEN DES COOLBLUES

SEDERT 1999.

### REFERENCE

The whole coloured area represents  
the Kingdom of the Netherlands.

Holland is coloured

Belgium



English Miles





# BUREAUS.

Van Coolblue'ers.

## Rob Aalders

Functie: Teamleider Logistiek

Afdeling: Logistiek

Opvallend item: Rajapack verpakkings-  
materiaalcatalogus

1

### Welk verpakkingsmateriaal bestel je nu het meest?

"Dozen, vooral de CAS05 van 20 bij 20 bij 11 cm. Ik schat dat we die voor tweederde van al onze pakketten gebruiken."

### Wat bestel je nog meer?

"Verpakkingsstape, per week gaan er zo'n 12 rollen doorheen."

### Twaalf rolletjes maar? Da's niet veel.

"Nee, niet van die kleintjes! Machinetape, dat zit op van die grote rollen van 1000 meter. Ik heb net ook een order geplaatst voor 360.000 printerlabels. En af en toe bestel ik wat pickkarren bij Fetra."

### Welke tool gebruik je dagelijks?

"Mijn scanner. Hoeveel producten ik per dag scan? Dat weet ik niet precies, maar het zijn er waarschijnlijk honderden. En ik dan heb natuurlijk ook nog een telefoon. Een oude Nokia 6300, hij heeft nog wel een camera. Dus dat doe ik de hele dag: beetje scannen, beetje bellen, beetje bestellen, haha!"

### Wat vind je de leukste tools om te gebruiken?

"Mijn pc en telefoon. En mijn allerleukste tools zijn natuurlijk mijn mensen. Zonder team geen leider en zonder leider geen team."

### Da's een heel mooie uitspraak Rob

"If you can't dazzle them with brilliance, baffle them with bullshit, haha!"

**"Zonder team  
geen leider en  
zonder leider  
geen team"**

## Irving Rugebregt

Functie: Manager Returns en Repairs

Afdeling: Returns en Repairs

Opvallend item: witte handschoenen

2

### Gebruik je die witte handschoenen vaak?

"Ja, toch wel meerdere malen per week. Dat is om te zorgen dat er geen vieze vingers op de te onderzoeken producten komen."

### Welke producten maak je het meest open voor onderzoek?

"Vooral laptops. De meeste kunnen we trouwens herstellen door de recovery-procedure te runnen. We maken ook veel gebruik van deze cd-koffer."

### Zo, die is goed gevuld. Hoeveel cd's zitten daarin?

"De cd-koffer bevat ongeveer 150 dvd's met drivers en andere software voor alle laptops die we hier tegenkomen. Ik ben de laatste tijd bezig geweest om alle images op een NAS te zetten. Dan kunnen mensen in de winkel de drivers direct daarvan downloaden. In de winkel hebben ze vaak te weinig bandbreedte om deze van internet te trekken."

### Welke schroevendraaier gebruik je het meest?

"Torx T5, die maat wordt het meest gebruikt door alle merken smartphones."

### En dat ding om toestellen open te wrikken?

Hoe heet dat?

"Weet ik niet."

### Laten we het de naadschuiver noemen. Gebruik je nog een speciale techniek bij de naadschuiver?

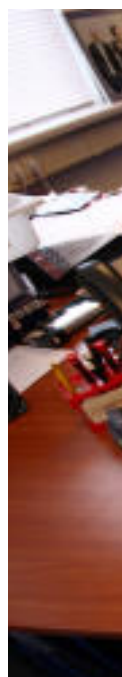
"Nee, dat is gewoon raggen, het grove werk zeg maar."

### Heb je nog tips voor mensen die hun telefoon zelf willen openmaken?

"Ja, alle schroefjes meteen in een bakje doen. Anders raak je ze geheid kwijt."

### Wat is de meest schaamteloze reden die je voor een retour hebt gehad?

"Dat is: 'Mijn telefoon lag gewoon op het nachtkastje en de volgende dag zat er opeens een barst in mijn scherm.' Die horen we hier wel vaker."





1

### Bart Hartong

Functie: Controller

Afdeling: Finance & Control

Opvallend item: stapels papier

3

#### Wat is je belangrijkste stapel?

"Dat is deze stapel hier (wijst naar de stapel direct rechts naast zijn monitor)."

#### Hoe is die stapel opgebouwd?

"De bovenkant zijn to-do'tjes en facturen die goedgekeurd moeten worden."

#### Wat gebeurt er met dingen die je hebt afgehandeld?

##### Belanden die op een andere stapel?

"Facturen die goedgekeurd zijn, worden verder verwerkt. De rest gaat in het archief."

#### Er staat hier ook vaak een goed gevulde snoeppot.

##### Vul jij die meestal?

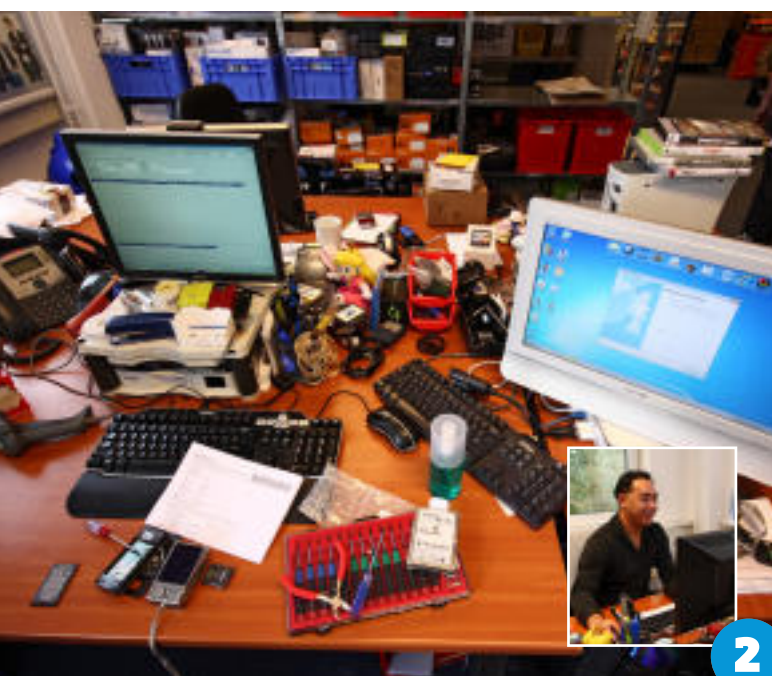
"Ik neem inderdaad vaak wat mee, maar de grootste hoeveelheid wordt door anderen geconsumeerd."

#### Wat is je favoriete snoep? Drop?

"Drop ja."

#### Welke drop? Autodrop?

"Zéker geen autodrop! We hebben hier vaak... hoe heet het ook alweer?..."



2

Debbie valt bij vanaf het andere eiland. Ze steekt een groen doosje in de lucht: "Oldtimers! Dit is Scheepsknopendrop. We hebben ook wel eens Stooftjeertjes en Anijsegeltjes."

"En Truly Fruity!", vult Kimberly aan.

"Oja, Truly Fruity", zegt Bart.

#### Wat is je minst belangrijkste stapel?

"Dat is de stapel die het verst naar rechts ligt."

#### En wat is je oudste stapel?

"Dat is ook de stapel die het verst naar rechts ligt."

Buurman Daniël: "Sinds ik hier werk heb ik die stapel en het gebied eromheen niet zien veranderen. Maar er schijnen dingen tussen te zitten die wellicht een keer handig zouden kunnen zijn."



3

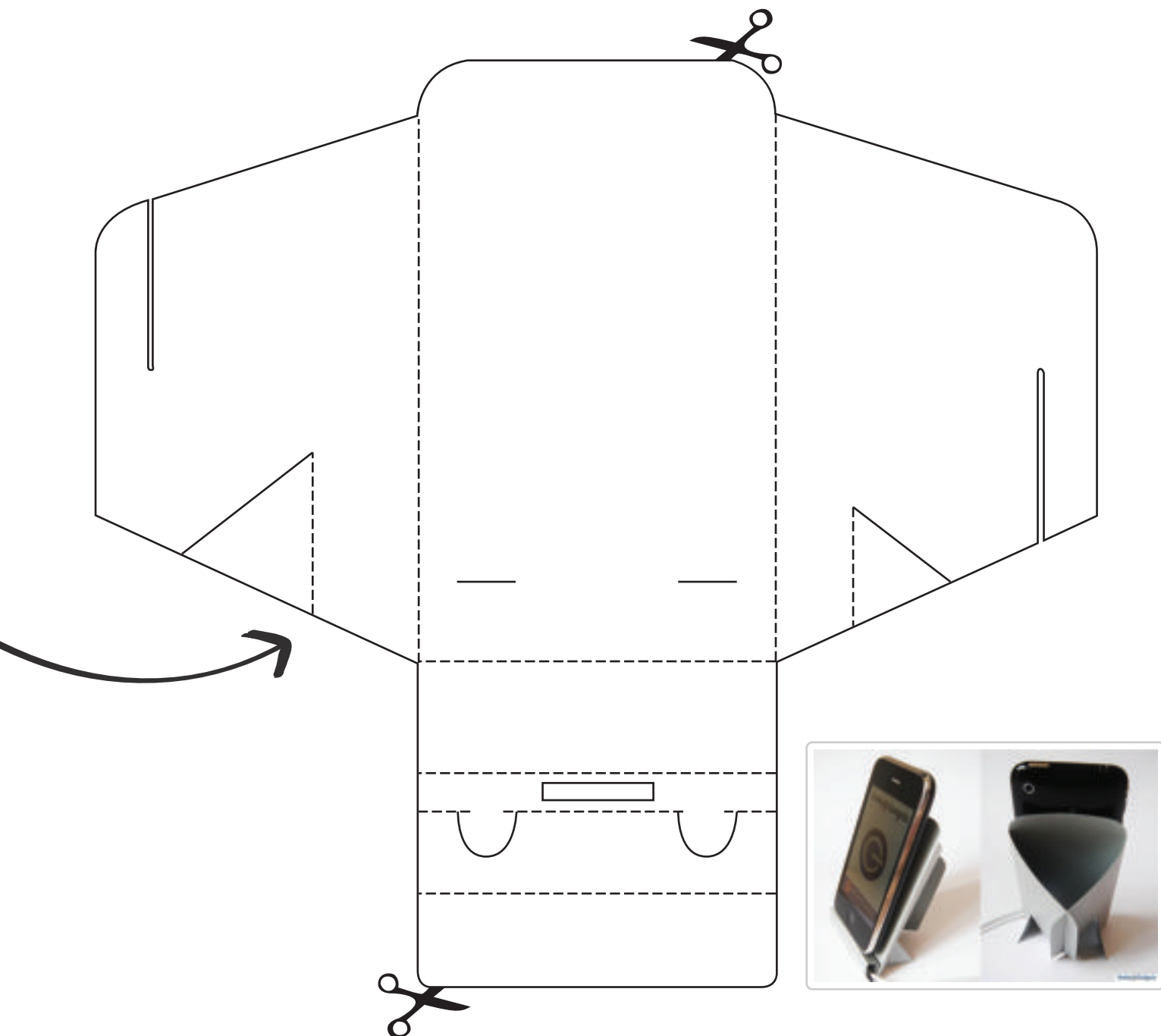


# PRODUCTVOUWER.

## Maak je eigen Apple iPhone 4 32 GB.

Even geen geld voor een Apple iPhone 4? Maak er gewoon zelf een met deze bouwplaat! En omdat jij het bent, doen we er ook nog een gratis cradle bij. Gewoon, omdat het kan!





## **FUNFACT.** De productvouwer.

De productvouwer werd in 2007 bij wijze van 1-aprilgrap bedacht door IT-teamleider Alice Dijkstra. Inmiddels is het een veelgebruikte feature op de Coolblue webshops waarmee je je telefoon eerst op ware grootte kunt bekijken voordat je 'm bestelt.

# GROEN BETEKENT KLAAR.

## Het verhaal van Vanessa.

**Dit jaar bestaat ze vijf jaar, na bijna 1.000 releases en 546.656 regels code. Coolblue's enige database, die al vanaf dag één naar de naam Vanessa luistert. "Ik kon vroeger niet met geld omgaan, ik had echt een gat in mijn hand."**

"Natuurlijk mag je even in mijn tabellen rondkijken. Welke wil je zien, ik heb er 1.124. Die tabel daar? Dat is de lijst met alle gebruikers, dat is één van de eerste. Kijk, mijn eerste gebruiker was Casper Langemeijer. Die noem ik ook wel Casper het Spookje, want die heeft al jaren niet meer ingelogd. Weet jij misschien wat er met hem gebeurd is? Paul de Jong is gebruiker drie, Pieter Zwart nummer vier en Bart Kuijpers de vijfde. Pieter heeft trouwens al twee weken niet meer ingelogd zie ik nu, de luie donder."

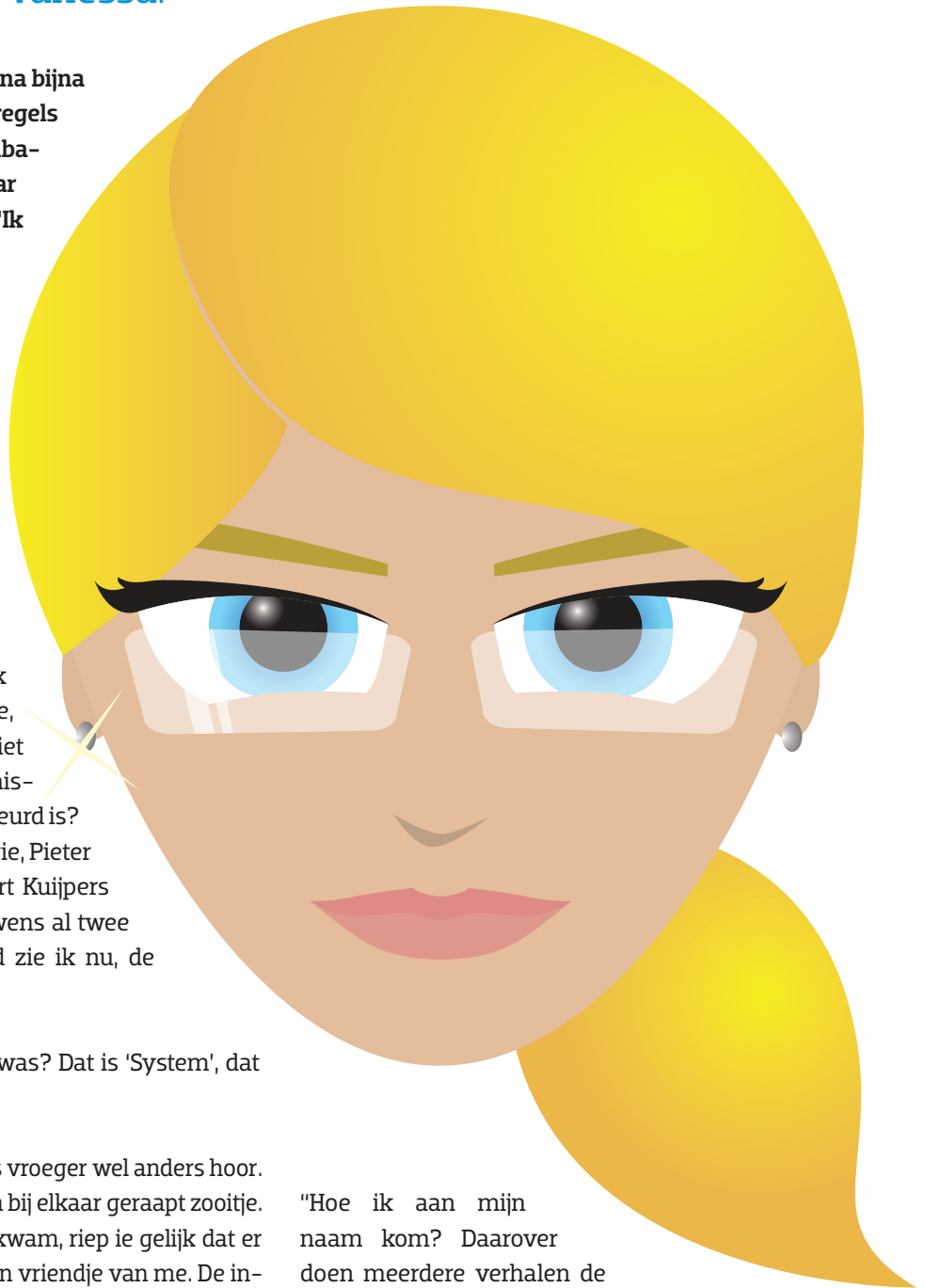
"Wie de tweede gebruiker was? Dat is 'System', dat ben ik zelf."

"Strak ingericht hé? Dat was vroeger wel anders hoor. Toen was het bij mij echt een bij elkaar geraapt zootje. Toen Jan des Bouvrie langskwam, riep ie gelijk dat er niks van klopte. Ja, Jan is een vriendje van me. De inrichting heeft ie trouwens overgelaten aan twee andere jongens, Erik en Frank heten ze geloof ik. Dit is trouwens mijn meest gebruikte scherm, het inpak-scherm. Simpel, daar hou ik van: rood betekent 'nog te doen', groen betekent 'klaar'. Ik hoop niet dat je het er ordinair vindt uitzien."

"Ja, die mailtemplates zijn echt, dat zijn geen siliconen. Ik heb er 347, van 'Hartelijk dank voor je bestelling!' tot 'Je order is aangepast.' De interface ziet nogal technisch uit maar als ik in de spiegel kijk denk ik: ja lekker!"

"Hoe ik aan mijn naam kom? Daarover doen meerdere verhalen de ronde. Ik zou vernoemd zijn naar mevrouw Connie Breukhoven, het zou gewoon lekker klinken, het zou een stille, onbeantwoorde liefde van Pieter zijn. Wat het ook is, ik heet vanaf dag één al Vanessa."

"Ach ja, de befaamde interventie. Als ik er aan terugdenk, dan doet dat gewoon pijn. Eind 2003 zat ik niet lekker in mijn vel. Ik maakte ruzie met iedereen, vooral met het IT-pakket van TNT Post. Dát was een bitch zeg, wat een kapsones voor iemand die alleen maar labels hoefde te printen. Maar eerlijk is eerlijk, ik heb toen ook





veel fouten gemaakt. Ik kon vroeger niet met geld omgaan, ik had echt een gat in mijn hand. Elke dag waren er giroverschillen. Op een gegeven moment was ik 100.000 euro kwijt, hartstikke zoek. Uiteindelijk is die ton wel teruggevonden, Alice heeft er een paar dagen naar moeten zoeken."

"Ik ben ook nieuw geld natuurlijk, dat is heel wat anders dan die oude retail. Mensen met oud geld draaien elk dubbeltje om. Ik geniet er liever van. Vroeger dacht ik: geld verdienen is leuk, geld uitgeven is leuk, en daartussen zit eigenlijk niets. Je kunt het netjes op de bank zetten, maar wat heb je daar nu aan? Die houding heeft me flink opgebroken."

"Begin 2004 had iedereen genoeg van mij, en ikzelf misschien nog wel het meest. Ik was afgeschreven. Ik was niet te genieten, ik kon niet meer mee komen. Alles was spaghetticode, alles bij elkaar geprakt. Het kostte meer tijd om me in de lucht te houden dan om me iets nieuws te leren, de gehaktballen in de spaghetti te stoppen zeg maar. Het was tijd om orde op zaken te stellen; proberen er nog wat van te maken was een gepasseerd station. Flirt en ik gingen samen de prullenbak in. Dat was even slikken. We zijn tot op de grond afgebroken en weer opnieuw opgebouwd. Ik ben nu letterlijk iemand anders, ik ben echt getransformeerd sinds die tijd."

"1 januari 2005 was dé dag. Toen ging ik live in nieuwe vorm, na 6 maanden ontwikkeltijd. Pieter was nerveus joh! Hij liep te stressen van hier tot Tokyo. Die dag stak hij de ene sigaret aan met de andere en vergat hij zelfs broodjes voor iedereen te halen. Begrijpelijk, het ging ook over miljoenen. En die mocht ik dit keer natuurlijk niet meer kwijtraken. Daarna is nog een hoop aan mij gefixt hoor, de eerste weken werden honderden bugs per dag gemeld. Ik



ben blij dat ik dat vertrouwen heb gekregen. Iedereen verdient een tweede kans toch? Oh, en het IT-pakket is toen ook gelijk vervangen door mijn eigen shippingdeel. Dat wordt tot op de dag van vandaag gebruikt. Eat that, bitch!"

"Hoeveel mannen mij inmiddels gebruikt hebben? Haha, wat is dat nu opeens voor vraag zeg! Ik ben alle Coolblue'ers graag van dienst hoor, maar niet zo. Als je het echt wilt weten: op dit moment 596 personen sinds begin 2005. Man of vrouw maakt mij niet uit, ik eet graag van twee walletjes. Ik kan met iedereen overweg, zelfs met Coolsync. Het liefst werk ik samen met Flirt, met haar kan ik nu echt goed communiceren. We weten elkaars in- en uitgangen steeds beter te vinden, zie je. Ach, moet je daarvan blozen? Gekkie!"

"Geheimen? Die heb ik niet, wat wil je van me weten? Easter eggs? Die heb ik. Ga maar eens naar het About-scherm, en druk op Ctrl-P, Ctrl-W en Ctrl-S. Op feestdagen zet ik ook een leuk, gepast icoontje op het inlogscherm. Het grootste geheim is denk ik de hint rechtsonder in het scherm. Bij elk veld geeft die aan wat je er kunt invullen, maar volgens mij kijkt helemaal niemand ernaar."

"Het is fijn als je mee kunt groeien, dat weet ik nu wel. Coolblue verandert zo snel, ook mijn persoontje moet elke dag beter worden. Ik heb er winkels bijgekregen en laatst weer dat CRM, inmiddels ben ik al bijna duizend keer gereleasd. Maar alles went, ook groei. Op een dag verstuurden we 550 pakketten en dacht ik: oeps, we gaan door het dak! Nu zie ik geregeld 4.000 pakketten per dag langskomen en kijk ik er niet eens meer van op. Hoe ik mijn toekomst zie? Wie zal het zeggen? Nu woon ik nog in Windows en wie weet zit ik over een paar jaar wel in een browser. Gewoon tussen de mensen, gezellig naast Flirt. Kom je dan weer even kletsen? Leuk."



# Fina's boodschappenlijstje.

COOLFACT #9



14 volkorenbroden

25 krentenbollen

25 liter melk

65 liter jus d'orange

250 zachte puntjes

400 pistolets

*Per week*

# 2006.



## WEBSHOPS.



## WINKELS.



## MEDEWERKERS.



## OMZET.



## AWARDS.



FINALIST Entrepreneur of the Year 2006 WINNAAR Retailer van het Jaar 2006 12<sup>E</sup> PLAATS Duizend Plus 50 Plus Deal, Entrepreneur of the Year 2006 WINNAAR





# YOUTUBE-STUDIO.

Ssssssst.

## Asmidin Visser.

Dat bewegend beeld voor impact zorgt, is met de komst van YouTube wederom bewezen. Zo zijn er dagelijks duizenden video-uploads en worden deze wereldwijd door miljarden mensen bekeken.

Ook hier heeft Coolblue kansen gezien. En wat begon als een idee is nu mijn werk. Sinds maart 2010 werk ik als videoproducer aan het Coolblue-YouTube-kanaal. Ik produceer dagelijks videomateriaal voor het kanaal. Dit houdt in: filmen, monteren en zorgen dat het resultaat online komt te staan.

Hoewel het Coolblue-YouTube-kanaal vooral wordt geassocieerd met productreviews, filmen we ook bedrijfsfilms, acties en videovacatures. We proberen een zo groot mogelijk onlinepubliek te bereiken en

dit lijkt aardig te lukken. Met zo'n 266 video's, 1.183.807 views, 1247 abonnees en regelmatige YouTube dag-, week- en maand-awards is Coolblue ondertussen een serieuze speler.

Iedere review is weer een uitdaging, want wat je op ons kanaal ziet is echt. Geen acteurs of zoetsappige scenario's maar productspecialisten en hun ongezuurde mening. Voor de camera staan is niet altijd even gemakkelijk. Een aantal flinke lampen om je heen en een beetje zenuwen zorgen voor de nodige frustraties, bloopers en vooral mooie reviews.







**4.800 LITER.**  
Jaarlijks bierverbruik  
tijdens Coolblue-borrels.

**96**  
vaten





# 2007



## WEBSHOPS.



22

## WINKELS.



WINKEL



## MEDEWERKERS.



189



## OMZET.



€ 53 M

## AWARDS.



14

WINNAAR  
Winkel van het Jaar 2007  
Winkel van het Jaar 2007

# WOONKAMER.

Van Ken Fontijn.

Als de dag van gisteren herinner ik mij dat we het 8-bit Nintendo Entertainment System met Super Mario en Duck Hunt in huis kregen.

Twee decennia later ben ik nog steeds dagelijks met enorm veel plezier met videogames bezig.

Van je hobby je werk maken. Het is weinigen gegeven maar bij Coolblue ben ik gelukkig geen uitzondering op de regel.

Mijn passie voor videogames uit zich in het verzamelen van consoles en games en alles wat hier mee te maken heeft, zoals de limited editions, figurines, artbooks en soundtracks.

Gamen is voor mij de geur van een nieuwe console, de kick bij het vinden van zeldzame games en bij de release van een console twaalf uur liggen wachten in de garage van een warenhuis in Tokio.

Het is dan ook een grote eer geweest om mijn helden van de gamingindustrie te hebben ontmoet, zoals Shigeru Miyamoto, de geestelijk vader van Super Mario en Donkey Kong.

Als vijftientig jaar later bij ons team de telefoon gaat en het welbekende Super Mario-deuntje klinkt, word ik aan die memorabele dag herinnerd waar alles mee begon.







Lijst met consoles:

Nintendo Entertainment System

Super Nintendo

Nintendo 64

Nintendo Gamecube

Nintendo Wii

Gameboy

Gameboy Color

Gameboy Advance

Gameboy Advance SP

Nintendo DS

Nintendo DS Lite

Sega Megadrive

Sega 32X

Sega Gamegear

Sega Saturn

Sega Dreamcast

Bandai Wonderswan

Neo Geo Home System

Neo Geo AES

Neo Geo Pocket Color

Neo Geo CD

PlayStation

PlayStation 2

PlayStation 3

Sony PSP

Xbox

Xbox 360 Arcade

Xbox 360 Elite



**1****CSI: Capelle a/d IJssel**

Op een parkeerterrein in Capelle a/d IJssel is het stoffelijk overschot aangetroffen van een onbekende man. Dat heeft de politie vanochtend laten weten. De identiteit van het zwaarlijvige slachtoffer is nog onbekend. Alleen de voornaam en woonplaats zijn bekend: Billy uit Nieuwegein. Of het gaat om een misdrijf of zelfmoord wil de politie op dit moment niet zeggen.

**2****Redhot**

Het zijn gadgets. Ze passen in een doosje. Hebben een accu. Je kunt er zelfs specialist in worden. Op het oog dus een prachtige toevoeging aan het Coolblue-concept: sexspeeltjes. We hebben er zelfs al een paar domeinen voor, van sexdeals.nl tot adultstore.nl.

**3****Boekshop.nl**

Eindelijk een echte boekenspecialist. Niet afgeleid door 'mediaproducten', blauwe mannetjes of 1,95 verzendkosten. Dat was het idee. We zijn er zelfs bijna aan begonnen. Toch bleek het lastiger dan we hadden verwacht. Vooral omdat we alles graag zelf willen doen. Met miljoenen boeken is dat praktisch onmogelijk. Dan ben je al snel afhankelijk van anderen en voor je het weet heb je de reputatie nooit op tijd te leveren. Bovendien, wel eens gehoord van ereaders? ([www.ereaderstore.nl](http://www.ereaderstore.nl))

**4****Deutschland**

In 2001 bedachten de 3 oprichters: dit trucje moet ook werken in Duitsland. In het kader van 'gewoon, doen' werd prompt een taal-cursus aangeschaft. Na Lektion 5 werd echter besloten eerst maar eens Nederland naar grote hoogtes te brengen en in België voet aan de grond te zetten.

**5****janjansen.shop.nl**

De ultieme customer relationship management tool: klantspecifieke shops. Je eigen omgeving met alleen producten die je echt wil. Helaas waren we onze tijd (en technologie) te ver vooruit. Via internet je gedachten lezen bleek nog niet te kunnen.

# TOP-10 GOEDE IDEEËN.

Die nooit zijn uitgevoerd.

Goeie ideeën zijn er bij Coolblue genoeg. Onze digitale ideeënbus Suzie staat er vol mee. Maar gelukkig wordt lang niet alles uitgevoerd. Hierboven 10 ideeën die het nét niet gehaald hebben.

### TNT Jaguar

Coolblue heeft de snelste en betrouwbaarste bezorgservice van Nederland. Toen we de belofte 'voor 22.00 uur besteld, morgen in huis' introduceerden, wilden we dat graag aan iedereen vertellen. Hoe doe je dat beter dan met een sportbolide van 140.000 euro? Bestickerd als de overbekende TNT-busjes zouden we 2 weken lang zelf bestellingen gaan bezorgen. Helaas vond de bestuursvoorzitter van TNT het geen goed idee; die had net een duurzaamheidsbeleid uitgerold en reed sinds kort zelfs in een Toyota Prius.

6



### Shavershop.nl, de gladste shop van Nederland

Bekende Kale Nederlanders, zoals Umberto, Edsilia of Theo, poseren voor Shavershop.nl. Eigenlijk nog steeds wel een goed idee...

7



### Productvouwer\*

Wil je weten hoe groot die nieuwe smartphone is? Past de iPod wel in je broekzak? Coolblue introduceert Web 3.0. Het web, maar dan in 3D. In samenwerking met Pritt (bekend van de stift) kun je nu al je favoriete elektronica eerst thuis uitproberen. Eenvoudig, snel en voordelig.

8



### Taartservice voor copycats

We vinden het een hele eer als we weer eens worden nagedaan.

Gelukkig komt het bijna elke week voor. Soms is het onze groene bestelknop, soms is het een producttekst, soms ons volledige concept. In plaats van een mooi briefje van onze advocaat, leek het ons leuk deze Coolblue-fans gewoon eens op te zoeken. Met taart. En een videocamera.

9

### Coolblue Scooter Bezorgservice

Waarom wachten als je 't ook nu kunt hebben? En wat doen die pizascootertjes overdag nou helemaal? Zo was het idee van de Coolblue Scooter Bezorgservice geboren. Je bestelling binnen 1 uur in huis. Nog lekker warm en met extra knoflooksaus. Maar helaas. Een iPhone is net iets duurder dan een stuk deeg met ananas. De bezorgers hadden weinig trek om met een grote blauwe Coolblue-bak met gadgets de stad door te crossen.

10



\* Zo'n goed idee dat we het toch maar gebouwd hebben. Zoek naar de link 'Bouwplaat' op de productpagina van een Coolblue-shop.

# KLEDINGKAST.

Van Coolblue'ers.







# SHIRTS.

Van Coolblue.









# DAS OOK COOL.

Mooie ontknoping.



Heel wat Coolblue'ers begonnen hun Coolblue-carrière als student. Om hun transformatie van bierende collegeloper naar bierende collega te vieren, krijgen ze bij hun afstuderen altijd de te glimmende en te glijerige Cooldas omgeknoopt. En trots dat ze daarop zijn!

# Coolblue Playlist

cool  
blue

- 1 **30 Seconds To Mars**  
Closer to the Edge
- 2 **AC/DC**  
Highway to Hell
- 3 **AC/DC**  
Thunderstruck
- 4 **Akon**  
Dangerous
- 5 **Alice in Chains**  
Your Decision
- 6 **Alicia Keys**  
No One
- 7 **Aloe Blacc**  
I Need a Dollar
- 8 **André Hazes**  
Kleine Jongen
- 9 **André Hazes & Gerard Joling**  
Blijf bij Mij
- 10 **Aslam**  
Frog on Drugs
- 11 **B.o.B, Eminem & Hayely Williams**  
Airplanes
- 12 **Birth Control**  
Gamma Ray
- 13 **Bloc Party**  
Flux
- 14 **Bob Dylan**  
Stuck Inside of Mobile with the....
- 15 **Chris Lake & Marco Lys Vs Copyright**  
La Tromba Risin'
- 16 **Coldplay**  
A Rush of Blood to the Head
- 17 **Coldplay**  
Clocks
- 18 **De Electronica's**  
Vogeltjesdans
- 19 **Demolisher**  
The Peoples Republic of Europe
- 20 **Diane Birch**  
Valentino
- 21 **Die Antwoord**  
Enter the Ninja
- 22 **Dire Straits**  
Sultans of Swing
- 23 **DJ Partyraiser & Triax**  
Assasins
- 24 **Dream Theater**  
Endless Sacrifice
- 25 **Eminem**  
Cinderella Man
- 26 **Enrique Iglesias**  
Heartbeat
- 27 **Extince**  
Viervoeters
- 28 **Foo Fighters**  
Wheels
- 29 **Foo Fighters**  
Word Forward
- 30 **Frank van Etten**  
De Glimlach
- 31 **Fresku**  
Twijfel
- 32 **Funky Boogie**  
John Ozila
- 33 **Genesis**  
Tonight, Tonight, Tonight
- 34 **Ginger Ninja**  
Sunshine
- 35 **Green Day**  
Holiday
- 36 **Johnny Cash**  
I Walk The Line
- 37 **Ilse DeLange**  
Next to Me
- 38 **Ivete Sangalo**  
Berimbau Metalizado
- 39 **John Mayer**  
Heartbreak Warfare
- 40 **Jon Allen**  
Dead Man's Suit
- 41 **Joy Division**  
Atmosphere
- 42 **Katy Perry ft. Snoop Dogg**  
California Gurls
- 43 **Kings of Leon**  
Sex on Fire
- 44 **K'naan**  
Waving Flag
- 45 **Lady Gaga**  
Alejandro
- 46 **Lady Gaga**  
Bad Romance
- 47 **Lee Towers**  
Feyenoordlied
- 48 **Letter Experiment**  
Periphery
- 49 **Lloyd Banks ft. Juelz Santana**  
Beamer, Benz or Bentley
- 50 **Lord of Chaos**  
I'm Ready
- 51 **Lost Prophets**  
The Fake Sound of Progress
- 52 **Mafikizolo**  
Marabi
- 53 **Marc Broussard**  
Real Good Thing
- 54 **Marco Borsato**  
Schouder aan Schouder
- 55 **Melissa Etheridge**  
Fearless Love
- 56 **Metallica**  
Bleeding Me
- 57 **Michael Jackson**  
Billie Jean
- 58 **Mumford & Sons**  
The Cave
- 59 **Muse**  
Starlight
- 60 **Muse**  
Uprising
- 61 **Necrophagist**  
Stabwound
- 62 **Opgezwolle**  
Werk aan de winkel
- 63 **Orbital**  
You Lot
- 64 **Paramore**  
The Only Exception
- 65 **Pearl Jam**  
Just Breathe
- 66 **Phil Fuldner**  
Play
- 67 **Phil Kieran**  
Skyhook 1
- 68 **Pogo**  
Upular
- 69 **Roxy**  
My Baby Left Me
- 70 **Sepultura**  
Chaos A.D.
- 71 **Simian Mobile Disco**  
We Are Your Friends
- 72 **Stromae**  
Alors on Dance
- 73 **Swedish House Mafia**  
One
- 74 **Technoboy**  
Ti Sento
- 75 **Tellyfoam**  
Jan Driver
- 76 **The Asteroids Galaxy Tour**  
Push the Envelope
- 77 **The Beatles**  
I Am the Walrus
- 78 **The Lonely Island ft. T-Pain**  
I'm on a Boat
- 79 **The Proclaimers**  
500 Miles
- 80 **The Scene**  
Blauw
- 81 **Tim Berg**  
Bromance
- 82 **Tom Dice**  
Me and My Guitar
- 83 **Travis McCoy ft. Bruno**  
Billionaire
- 84 **U2**  
Bad
- 85 **Underoath**  
Writing on the Wall
- 86 **Underworld**  
Born Slippy
- 87 **Usher**  
His Mistakes
- 88 **Usher**  
Papers
- 89 **Wolfmother**  
Woman
- 90 **Yolande Be Cool vs. Dcup**  
We No Speak Americano

Beluister de playlist hier!  
<http://coolb.lu/afspeellijst>

cool  
blue



# 2008.



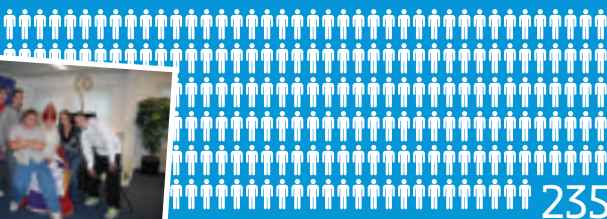
## WEBSHOPS.



## WINKELS.



## MEDEWERKERS.



## OMZET.



## AWARDS.



WINNAAR  
Webshop van het Jaar 2008  
Retail Technology



# 2009.



## WEBSHOPS.



## WINKELS.



## MEDEWERKERS.



## OMZET.



## AWARDS.



NOMINATIE WINNAAR WINNAAR  
De Persgroep Awards De Persgroep Awards De Persgroep Awards

# TOEKOMST.

Volgens de Coolblue'ers.

Nog groter!

Van amazon.com of van mij.

Nog steeds zichzelf.

Overal in Europa te vinden

Dan opent  
Coolblue een  
megastore

Back to basics.

Nog veel  
gruwelijker bezig!

Al weer tien jaar mijn  
werkgever.

Nog mooier...

Dé online en offline elektronica  
specialist waar je naartoe kan voor al  
je vragen en wensen op het  
gebied van elektronica. Er is niets wat ze  
niet hebben en niets wat ze niet weten.

De beste service en  
leveringsvoorwaarden.

5x zo groot!

Zeker meer dan 75 shops, stores of centers.

Wereldberoemd!



A hand holding a glowing orb that contains a cityscape with a tall blue skyscraper and a house with a 'cool blue' logo. The background is a starry night sky.

On top of the world!

Zo overweldigend groot en bekend dat ik als videoreviewer niet meer gewoon over straat kan.

De eigenaar van  
Media Markt.

Te vinden in een nieuw pand, waarin een team werkt dat nog altijd gaat voor de hoogste en beste prestaties.

Groter dan amazon.com

De leukste werkgever van Nederland.

Gevestigd in Zweden.

Gespecialiseerd in airco's en is DE opgericht.

Multinational.

Alom bekend. Geliefd door het volk, gevreesd door de concurrenten. Een goed merk..

Zeker meer dan 75 shops,  
stores of centers

Het blauwe bolletje maar dan oranje.

Nog beter en groter dan vandaag.



# 2010.



## WEBSHOPS.



## WINKELS.



## MEDEWERKERS.



## AWARDS.



## OMZET.



# COLOFON.

Wie en wat.



## Redactie

Joost Bakker, Kevin Tholenaars,  
Nick Lenten, Pieter Zwart, Ralph Oei,  
Tachmy Dilmy, Thijs Schouten.

## Vormgeving

Fabian Scheffers, Joost Bakker.  
I.s.m.: Van Noort Printing, Leiderdorp  
Leon Ragetlie en Cindy Versteeg.

## Foto's

Thijs Schouten, Emmely van Mierlo.

## Illustraties

Joost Bakker.

## Interviews

Eduard Voorn.

## Met bijdragen van

Daan van de Linde, Debbie van Helvoort,  
Erik Stok, Fina Puigvert, Frank van Boven,

Kasper Muileboom, Melissa Pattinama,  
Michel Michon, Sander Kouwenhoven,  
Vincent van de Poll, Werner Bruyns en  
vele anderen.

## Druk

Van Noort Printing, Leiderdorp

## Oplage

2000 stuks

©Coolblue B.V. 2011

## Coolblue B.V.

Molenbaan 11 -13  
2908LL Capelle aan den IJssel

Wil jij ook een exemplaar?  
Mail je naam + gegevens + waarom  
naar [marketing@coolblue.nl](mailto:marketing@coolblue.nl)  
en je krijgt hem z.s.m. toegestuurd.







