

CICERO OCCHIALI: 3-D GEPRINTE BRILLEN, MAAR DAN IN EEN KLANT-EIGEN OPLAGE VAN 1 STUK

Interview Optiek in Deventer



DE REDACTIE VAN VAKTIJDSCHRIFT DE OPTICIEN ZIT AAN TAFEL BIJ OLIVIER JANS (30), RASONDERNEMER MET EEN TRACK RECORD IN MODE EN OPTIEK. AL EEN PAAR JAAR KNAAGT HET BIJ HEM DAT WINKELVOORRADEN ZO HOOG BLIJVEN, WAARDOOR ONDERNEMERS MET EEN STEVIG 'BEVROREN VERMOGEN' HUN WINKEL OP EEN GOED RENDEMENT WILLEN HOUDEN. "DAT KÁN ANDERS, DAT MÓET ANDERS" IS ZIJN CREDO, EN TWEEËNEENHALF JAAR GELEDEN IS HIJ BEGONNEN MET (EN DAAR ZIT DE KRACHT) OP MAAT GEMAAKTE MONTUREN, VIA EEN 3-D PRINTMETHODIEK. WE PRATEN MET OLIVIER OVER ZIJN CONCEPT.

HET DOEK MAG ER EINDELIJK AF?

"Ja, eindelijk is het zover. We hadden onszelf een opdracht gegeven om met iets écht nieuws te komen. Eerst maanden marktresearch met behulp van gerenommeerde experts en bureaus, vervolgens zoeken-zoeken-zoeken naar partners die de uitdaging aandurfdën om van 'scratch' software te gaan maken die er voor zorgt dat een consument zijn eigen montuur samenstelt. Vorm van het frame, kleur, de neusbrug, de complete maatvoering (hoogte, breedte) moest via een uiteindelijk simpele tool leiden tot een bril die volstrekt uniek is. Oplage 1. Dát was onze opdracht."

DUS OPTICIENS KUNNEN HUN VOORRADEN WEL WEGDOEN?

"Nou, dat gaat wat snel en direct, maar als je het concept écht snapt weet je dat dit de toekomst is. Cicero is wat dat betreft een game changer die heel goed heeft geluisterd naar de laatste consumententrends en consumentengedrag. Vertaald naar de werkvloer van een optiekzaak betekent dat inderdaad dat een klant zijn eigen unieke bril kan laten maken. Niks kiezen uit uniformiteit aan de wand, maar je eigen zélf vormgegeven bril. Daar kan je mee thuiskomen, hoor. Zeker als je ziet hoe snel en simpel het eigenlijk gaat."

MAAR HET HEEFT WEL VEEL INSPANNINGEN GEKOST?

"Dat kan je wel zeggen. Onnoemelijk veel testmodellen zijn de revue gepasseerd. Schalen, ijken, kantelen, aanzichten en zijzichten, van boven en van onder, werkelijk alles moest in die software kloppen. Ja, we zijn ook drie keer he-le-maal opnieuw begonnen. We gaven niet op. Het moest en zou lukken. Dus nu kan het doek er dus écht af. We zijn trots als een pauw."

VERTEL EENS WAAROM EEN OPTICIEN MET CICERO IN ZEE MOET GAAN?

"Ook daar hebben we natuurlijk vanaf dag één een scherpe focus op gehad. Gesprekken met retailexperts, opticiens, en strategen – deels met focusgroepen – kwamen steeds uit op het voorraadbeslag in de business case van opticiens. En inkooprisico omlaag krijgen. Natuurlijk doen alle merken hun best om onderscheidend te zijn, in de kern is het toch meer van hetzelfde. Net een ander schroefje, om maar iets te noemen, of een net andere glinstering, in de kern blijft het een volume-montuur die opticiens vooraf moeten inkopen en niet weten of er klanten voor zijn. Dát risico is met ons concept dus écht weg. In zijn vestigingsplaats kan de opticien zijn innovatieve karakter laten zien aan zijn bestaande en nieuwe klanten, die getriggerd zijn door het unieke aan Cicero. Onderscheid dus naar andere aanbieders in dezelfde winkelstraat... dat wil toch elke ondernemer? Als derde argument is het de hiermee te realiseren marge. Die is gewoon goed, punt uit. En onze servicegerichtheid gaat ook ver. Klant tóch niet tevreden? Dan maken we een nieuwe print. Al die consumenten moeten ambassadeurs worden. "Oh en Ah" tijdens een feestje. Een goed verhaal over hoe gaaf dit is."

EVEN OVER DAT CONSUMENTENKOOPGEDRAG... WAT VIEL JULLIE OP?

"Millennials én de best wel goed achtergelaten babyboomers hebben andere wensen dan pakweg vijf of tien jaar geleden. Ze zijn steeds individualistischer, stellen eisen aan uniciteit, willen tailor made oplossingen voor hun wensen. Dat één-op-één ontwerpen van een eigen brilmontuur past perfect in dat beeld. Zeker doorgewinterde brildragers die elke twee jaar een nieuwe look willen kunnen hier helemaal mee los. We hebben daarom ook bijzondere Italiaanse lakken, die op de frames worden gespoten. Dat hoort er dus ook bij, hè."

EN VERDER, WAT NU? HOE WERKT HET NOU?

"Wel, de collectie is klaar. 10 basismodellen die heel simpel en snel in beeld komen op een foto van de klant. Je klikt een frame aan en dat wordt geprojecteerd op je gezicht. En dan begint het leukste van een bril kopen: een beetje hoger, of breder, of juist smaller, of de neusbrug wat breder, aansluiten op wenkbrauwen. Dat werkt meteen. Klanten worden razend enthousiast, want de tailor made mogelijkheden zijn onuitputtelijk. Tóch een ander basismodel? Klik en het staat in beeld. Daarna de kleur kiezen. Op dit moment hebben we 19 mooie lakken ter beschikking. De veren? Prachtig metaal. In die metaalkleur laten of meespuiten in de kleur van het frame? Klik en klaar. De laatste stap in dit samenstellen van je unieke bril is de "weet je het zeker"-knop. Klik en het productieproces gaat in werking. Zo'n twee weken later is het montuur bij de opticien, die zet er de glazen in en de klant loopt tevreden de winkel uit. In de kern een simpel idee, maar wat hebben we gezwoegd. Ik ben mijn partners eeuwig dankbaar voor hun niet aflatende steun en ontwikkeldrift. Zonder hun doorzettingsvermogen was er hier dus géén doek van de innovatie getrokken. Onze volgende stap is hetzelfde doen met metalen."

OOK EDELMETALEN? BLIJVEN JULLIE INNOVEREN?

"Innoveren moet. We moeten nu doorpakken en er is een markt voor bijzondere metalen. Ja, ook goud. Puur (geel)goud, witgoud, roségoud, en titanium of carbon, het komt er aan. Niet volgende week al, maar onze productontwikkelaars zijn al aan het proefdraaien. Waanzinnig gaaf, wordt dat. Wij gaan voor continuïteit, dus innoveren hangt met grote letters in onze denktankruimte. En voor de opticiens die aanhaken maken we een speciale social mediacampagne, in alle bescheidenheid, om in het werkgebied en bij zijn fans en vrienden bekendheid te krijgen. Maar uiteindelijk zal het concept zich zelf gaan bewijzen, en moeten bewijzen. Als de opticien het ziet zitten heeft hij een unieke propositie in een overdrukke optiekmarkt. Dat wil toch elke ondernemer?"

Meer informatie: Cicero Eyewear BV

Olivier Jans, olivier@cicero-occhiali.com, Tel. +31 (0)6 40 83 84 12

www.cicero-occhiali.com

Stand 25 Hall of Frames