

# Mensgerichte aanpak maakt het verschil

**Swiss Sense staat graag dicht bij de consument. Of het nu gaat om de locatie van een nieuwe winkel of de veranderende behoefte rondom een goede nachtrust. Met data wordt elke beslissing onderbouwd. Dat is de filosofie van slaapspecialist en familiebedrijf Swiss Sense.**

**O**m kwaliteit, flexibiliteit en een goede prijs te combineren met de klantgerichtheid die Swiss Sense kenmerkt, heeft de familie bijna alles in eigen beheer. “We hebben regie over het gehele proces: van productontwikkeling en advies voor een goede nachtrust in eigen winkels tot de bezorging van onze bedden bij klanten thuis. Zo kunnen we snel en efficiënt inspelen op behoeften van klanten”, zegt Martin Diks, CEO van Swiss Sense. “Deze inzichten verkrijgen we onder meer via klantpanels en surveys.”

Bij zijn benoeming als CEO in 2017 zette Martin nog steviger in op klantgerichtheid. “We zijn klant-, maar vooral mensgericht. Dat begint bij onze eigen mensen, waardoor collega’s én klanten ambassadeurs worden. Dat we gekozen zijn tot beste winkelketen in Nederland in de categorie slapen bevestigt dat onze klanten dat ook echt zo ervaren.”

## Internationale groei

Martin is de vierde generatie van een familie die al ruim honderd jaar bedden maakt. Swiss Sense groeide onder zijn verantwoordelijkheid in rap tempo uit tot een vooraanstaande internationale speler met 128 eigen winkels in Nederland, België, Duitsland, Oostenrijk en, sinds kort, Denemarken. Ook online is Swiss Sense sterk vertegenwoordigd. “Onze omnichannel strategie stelt ons in staat om nog beter in te spelen op klantbehoeften.” Geen loze uitspraak gezien de 150 miljoen euro omzet in 2018 en een verwachting van 350 miljoen euro



> Swiss Sense

**'WIJ MERKEN DAT HET BELANG VAN EEN GOEDE NACHTRUST IS TOEGENOMEN'**

in 2022. Tussen 2018 en eind 2021 groeide het aantal medewerkers van 1350 naar ruim 2000.

## Persoonlijk advies

“De wereld om ons heen verandert razendsnel en daar spelen we op in. Zo groeide het belang van een goede nachtrust en nam digitalisering de afgelopen jaren versneld toe. Online en offline versterken elkaar. Want hoewel het voor veel mensen fijn blijft om dat ene matras in de winkel te ervaren, helpen we consumenten dankzij online advieswijzers ook vanuit huis om het ideale bed te vinden. Dat doen we vanuit de overtuiging dat je het best slaapt in een bed dat écht bij je past. Een goede nachtrust voor iedereen, dat is waarvoor we het doen.” <<



DEEL ONLINE



Martin Diks