



Wetenschap: beter slapen = beter leven

Slecht slapen veroorzaakt meer verkeersongevallen dan alcohol. En continu te weinig nachtrust geeft tien jaar eerder kans op Alzheimer. Enkele harde conclusies van Matthew Walker, met wereldwijd aanzien na 30 jaar slaapresearch. "Goed slapen heeft enorme impact op kwaliteit van leven. Hiervoor heeft Nederland, dat 25% gezondheidskosten kan besparen, te weinig aandacht."

De importantie van goed slapen moet veel beter over het voetlicht komen, zo luidt de persoonlijke overtuiging van CEO John Kruijssen. Slecht slapen leidt bovendien tot een lagere productiviteit, een grotere kans op nare ziektes én aanzienlijk minder welzijn. De maatschappelijke gevolgen zijn enorm. Daarom ondertekende hij samen met slaapgoeroe Matthew Walker een manifest om een betere nachtrust nadrukkelijker op de kaart te zetten. Kruijssen, voortvarend: "We hebben medewerking van artsen, specialisten en gezondheidsinstellingen, en willen dat zo veel mogelijk partijen zich bij onze missie aansluiten. Het liefst wil ik dat de hele branche ons initiatief ondersteunt. We leveren een relevante maatschappelijke bijdrage. Ik geloof er heilig in dat beter slapen een beter leven brengt."

Unieke meettechniek

Aan de vier geformeerde kernwoorden 'Beter slapen, beter leven' lag een zorgvuldig en doordacht proces ten grondslag. Sinds het aantreden van Kruijssen als CEO bij Beter Bed in 2018 stelde hij een toekomstbestendige strategie als doel. Hij liet een consultant de rode draad destilleren uit alle wereldwijde slaaponderzoeken. Daarna volgde uitgebreide toetsing bij onder meer CEO's van bedrijven, wetenschappers en universiteiten. "We gingen met relevante trends aan de slag en ontwikkelden onze eigen visie: producten aanbieden die op overtuigende wijze betere slaap genereren", licht Kruijssen enthousiast toe. Hoe bepaal je welk matras exact voor een individu geschikt is? Daarvoor verrichtte Beter Bed onderzoek onder (niet >>

'DOOR VOOR HET ALLERBESTE TE KIEZEN, GROEI JE ALS BEDRIJF VANZELF'



John Kruijssen



DEEL ONLINE

tevreden) klanten. Belangrijke conclusie was dat klanten niet zeker wisten of ze de juiste keuze maakten. “Daarop besloten we om ons advies volledig onafhankelijk te maken. We introduceerden een unieke meettechniek.”

Beter Slapen ID

De nieuw ontwikkelde techniek ‘Beter Slapen ID’ matcht het lichaam van het individu met de karakteristieken van een matras. Kruijssen: “Daarvoor meten we zorgvuldig elk matras dat wij ontwikkelen. In onze winkels meten we via sensoren de persoonlijke ligging van de klant op rug, buik en linker- en rechterzij. De computer verwerkt alle data, waarna de vijf best matchende matrassen volgen van de in totaal honderd die wij voeren. Dit is puur individueel en volledig onafhankelijk. Als eerste in Nederland realiseren wij hiermee een doorbraak in beter slapen”, vertelt de CEO trots. “Het vertrouwen is zelfs zo groot, dat klanten voor deze nieuwe meting op de wachtlijst staan.”

Inmiddels draait de Beter Slapen ID in 42 van de 85 Beter Bed-winkels. Na meting gaan nagenoeg alle klanten tot aanschaf over. Naast de gunstige conversie zijn het bestedingsbedrag en de waardering aanzienlijk hoger. Kruijssen: “We hebben bijna geen retouren meer en in onze winkels behalen we een NPS-score van maar liefst 70. Dat is aanzienlijk meer dan het gemiddelde in ons bedrijf (64) én dat van de concurrentie.” Geheel passend binnen de nieuwe waardenstrategie, de versterkte advies-kwaliteitsverhouding, investeerde Beter Bed

tevens in extra opleiding voor medewerkers. De eigen academie ontwikkelde een training voor omgaan met de Beter Slapen ID in de winkels. Ook is er aandacht voor de voordelen uitleggen aan klanten en de verkoop van additionele producten als kussens en beddengoed. Beter Bed heeft tevens een ijzersterke positie in het hogere segment, met merken als M Line, Tempur en Emma. Zo ook binnen de zakelijke markt. “We worden steeds meer gezien als kwalitatieve aanbieder. Door voor het allerbeste te kiezen, groei je als bedrijf vanzelf”, stelt Kruijssen tevreden vast. “Dit draagt er flink toe bij dat mensen hier graag werken.”

Online succes

De groep die online durft te kopen blijft groeien. De informatievoorziening moet top zijn. Snel leveren, het juiste assortiment en een attractieve prijs vormen volgens Kruijssen de basis van het online succes. “Onze mensen gebruiken de verzamelde data voor zowel sneller zakendoen als verbetering van de bedrijfsvoering in de winkels. Zo zien we online snel wat wel en niet loopt, wat te hoog geprijsd is en wat de retouren zijn. Ook constateren we in no time de effecten van externe factoren. Door lagere marges willen we online niet verder groeien dan 25% van onze omzet in 2025. De online data zijn echter uitermate nuttig voor voorspellingen in winkerverkopen.”

Online klanten eisen leveringen binnen 24 uur. Om aan deze wens en lage prijzen te voldoen is over enkele jaren een hypermodern en efficiënt distributiecentrum gepland. Daarvoor wordt de huidige distributielocatie in Uden uitgebreid van 27.000 naar 57.000 m². In Polen beschikt Beter Bed sinds kort over een eigen productielocatie met een enorme uitbreidingspotentie. “Zo versimpelt innoveren. Dit past binnen onze waardenstrategie die geborgd is in iets wat in de toekomst alleen maar belangrijker wordt: gezonder slapen!” <<