

→ **Danie Bles:**
'In elke box moet
iets zitten wat je
kent en herkent,
en iets wat je
verrast.'



→ **Maarten Valk
en Danie Bles.**
'Duitsland
heeft 83 miljoen
inwoners, dat is
een gigamarkt.'
FOTO'S MAISON365

Maatwerk

Persoonlijk kledingadvies geven aan mensen die je nooit hebt ontmoet: volgens Danie Bles (44) en Maarten Valk (44) kan dat prima. Hun modeplatform Maison365 groeit hard en breidt dit jaar uit naar Duitsland.

j

Jarenlang kleepte modeondernemer Danie Bles de bekendste tv-sterren, maar zes jaar geleden gooide ze het over een andere boeg. Samen met zakenpartner Maarten Valk begon ze Maison365, een online personal shopping service voor vrouwen. Wie geen tijd of zin heeft om te shoppen of moeite heeft met kledingstukken combineren, krijgt via dit platform stylingadvies en een box vol kledingsets thuisgestuurd.

Mensen stylen op afstand, lukt dat wel?

Valk: "Klanten hebben contact met hun stylist via WhatsApp, e-mail en telefoon, en dat werkt ontzettend goed. Stylisten weten goed welke vragen ze moeten stellen om erachter te komen wie iemand is, waaraan behoefte is en wat bij die persoon past. Soms is dat heel specifiek: ik zoek iets voor een huwelijk met dit thema, of: ik ga op vakantie naar Ibiza, heb je daar wat voor?"

Bles: "Uiteindelijk is styling niet alleen het leukste setje kiezen. Het is ook: goed kijken naar wie je kleedt, en voor welke gelegenheid. Met kleding versterk je je persoonlijkheid. Als iemand onzeker is over een heup, borst of schouder, gaan wij iemand *zo shapen* dat het voor diegene meer in balans komt."

Komen jullie allebei uit de modewereld?

Valk: "Nee, ik kom bij Heineken vandaan, daar heb ik tien jaar marketing gedaan. Ik ben weggegaan omdat ik wilde ondernemen en kwam al snel Danie tegen. Zij was net een pilot van Maison365 gestart met een andere compagnon, van een investeringsmaatschappij. Ik dacht: hier zit onwijs veel muziek in, ik ga instappen. Dat was in 2016. Sindsdien hebben we van dit idee stap voor stap een bedrijf gemaakt."

Bles: "Als stylist stond ik bekend om het mix-en-match-verhaal: je eigen stijl creëer je door te combineren. Ik heb veel mensen voor televisie gekleed, van Chantal Janzen tot Sylvie en Yolande en heel Ajax, maar voor consumenten was die service minder bereikbaar. Om dat te veranderen, bedachten we: wat als we dat mix-en-matchconcept nou vangen in een kledingbox? We zijn begonnen in Haarlem, in een opslagruimte van acht vierkante meter zonder raam. Daar paktten we dozen in voor moeders op school, voor vrouwen die te druk zijn om te winkelen en er wel leuk uit willen zien. Het ging van mond tot mond, de beste reclame."

'Ons platform probeert dat boetiekje om de hoek te zijn, met een persoonlijke benadering'

Hoe ziet die bedrijfsruimte er tegenwoordig uit?
Valk: "Tegenwoordig zitten we in een ruimte van duizend vierkante meter in Haarlem, waarvan zo'n zevenhonderd vierkante meter magazijnruimte is. Daar hangt heel veel kleding en worden dozen in- en uitgepakt. We hebben ook een fotostudio, waar we een paar keer per week inspiratiefoto's voor sociale media maken. Onze 25 stylisten werken voornamelijk vanuit huis, al komen ze hier soms wel samen om de nieuwe collectie te bekijken."

Bles: "Om de digitale styling te optimaliseren, moet je weten hoe een kledingstuk zit, hoe iets valt per merk. Dat digitale systeem is trouwens echt *impressive*. Het is volledig geautomatiseerd, zodat stylisten overal op afstand kunnen inloggen en digitaal kunnen stylen. Erg belangrijk als je wilt opschalen naar het buitenland."

Jullie bedrijf is vorig jaar hard gegroeid. Ook in lockdown-tijd wilden mensen er dus leuk bijlopen.

Bles: "Ik denk dat mensen in die periode heel erg op zoek zijn gegaan naar een *comfortable wardrobe*, en dat ze zichzelf wat meer wilden verwennen. Als je je goed voelt in wat je draagt, straalt je dat uit. Dat is de *power of dressing*."

Valk: "We zijn vorig jaar met bijna 80 procent gegroeid. Dit jaar gaan we weer stappen maken. We waren al actief in Nederland en in België, waar een kwart van onze omzet vandaan komt, en zijn onlangs gestart in Duitsland. Een logische stap, net over de grens."

Bles: "Duitsland heeft 83 miljoen inwoners, dat is een gigamarkt. Een markt die wat mij betreft toe is aan een beetje meer mix-en-match. Mensen kleden zich in München heel anders dan in Berlijn of Hamburg. Interessant om te onderzoeken."

Bemoeien jullie je zelf met styling?

Bles: "Maarten leidt het volledige operationele deel, ik ben bij de marketing en styling betrokken. Ik kleed niemand, maar heb dus zeker invloed op het merkenpakket. En ik kan natuurlijk feedback geven op kledingcombinaties: waarom werkt iets wel of niet? In elke box moet iets zitten wat je kent en herkent, en iets wat je verrast."

Valk: "We werken met ongeveer honderd merken samen, van bekende merken tot een heleboel kleine boetiekmerken. Die kopen we trouwens niet in: merken leggen hun voorraad bij ons neer, in nauw overleg."

Bles: "Daardoor kunnen we echt in vrij advies stylen. Elke box is weer een miniwedstrijd. Elke keer word ik opnieuw nerveus, zelfs na 25 jaar: hoe zal het gaan? Past alles goed? Hetzelfde gevoel als wanneer ik met een volgeladen auto naar een klant rij."

Doet u dat nog?

Bles: "Heel gelimiteerd. Ik heb drie privéklanten, die ik met veel plezier en liefde kleed. Ik heb nooit mijn school afgemaakt en nooit gestudeerd, dus ik vond het altijd belangrijk dat mijn werk mijn opleiding zou zijn. Er mag altijd een punt van die taart zijn die op de automatische piloot gaat, maar er moeten ook genoeg stukjes overblijven waarmee ik mezelf blijf ontwikkelen. Dat vind ik zo leuk aan Maison. Waar ik eerst lekker die dozen inpakte, vind ik het nu weer interessant om het team een training te geven en te vertellen hoe je iemand op afstand optimaal kunt stylen."

Zelfs Zalando en de Bijenkorf bieden online personal shopping aan. Hebben jullie last van concurrentie?

Valk: "Eigenlijk niet. Dat het steeds normaler wordt om een kledingbox te bestellen, is alleen maar goed voor het begrip van klanten. En volgens mij zitten wij echt in een andere hoek. We zijn geen winkel die zijn eigen voorraad verkoopt of maar één merk aanbiedt. Ons platform probeert dat boetiekje om de hoek te zijn, met een persoonlijke benadering. Alsof de stylist naast je staat. We willen klanten uiteindelijk ook tussen bestellingen door helpen. Dat ze bijvoorbeeld kunnen appen: ik heb vandaag een sollicitatie, wat moet ik aan? En dat de stylist dan op afstand in iemands garderobe kan kijken."

Hoe voorkom je dat iemand een outfit na een sollicitatiegesprek terugstuurt?

Bles: "Nou, een beetje vertrouwen in de mensen! Nee, dat gebeurt echt niet."

Valk: "Misschien komt dat ook door de persoonlijke relatie die we met klanten opbouwen."

Bles: "Veel klanten komen ook terug, zelfs als een box de eerste keer misschien niet helemaal in de smaak valt. Dat het voor veel mensen niet eenmalig is, vind ik een groot compliment."

www.maison365.nl