

FIJNE MUZIEK EN LEKKERE WIJNEN!

In een fraai gerestaureerd herenhuis in de trendy buurt van het Antwerpse Museum voor Schone Kunsten en het gerechtsgebouw, huist Technology Factory. Laat je niet misleiden door de naam, van een fabriek is hier absoluut geen sprake.

Zaakvoerder Francis Wijgaerts, in een vorig leven zelfstandig netwerkspecialist, maakte in 2004 van zijn passie een beroep. “Als je de 40 nadert, wordt het tijd om iets te doen dat je echt graag doet”, begint hij ons gesprek. Francis deed het, op zijn manier.

Welkom in het herenhuis

Technology Factory verschilt grondig van de traditionele audiozaken. Je kijkt je ogen uit als Francis Wijgaerts de deur voor je opent en je het statige herenhuis binnenloopt. Hoge, prachtig gerestaureerde plafonds, antieke parketvloer en houten lambriseringen, fraai schilderwerk en twee marmeren schoorstenen. Hier vind je geen vitrine, meterslange wandrekken of speciaal ingerichte luisterruimtes. Hier staat alles waar er plaats voor is en wordt, naargelang de wensen van de klant, een set samengesteld om te beluisteren vanuit een lui bankstel, omringd door een stapel lp's en met een

lekkere koffie bij de hand. In alle hoeken en kanten vind je special editions en rarities inzake vinyl en cd's om verzamelaars te doen likkebaarden. Daarnaast een gamma aan toebehoren zoals platenreinigers, tuning devices om de luisterruimte te optimaliseren, stapels vakliteratuur en unieke, leuke gadgets. Kortom, je voelt je hier als een kind bij Sinterklaas, hoewel Francis geen enkele fysieke gelijkenis vertoont met de goedheilig man. Grapje natuurlijk.

Een aparte aanpak

Bij Technology Factory word je door niemand gestoord, je bent er alleen met Francis die graag de nodige tijd voor je vrijmaakt. “Een bewuste keuze”, zegt hij. “Je kunt onmogelijk in je eentje een traditionele audiozaak uitbaten, leveren, installeren, enzovoort. Daarom werk ik uitsluitend op afspraak. Het is zowel voor de potentiële koper als voor mij lastig als je om de zoveel tijd gestoord wordt door iemand die





onverwacht binnenvalt. De doorsnee consument zoekt zijn gading op het internet of in de elektrosupermarkt. Maar de echte muziekliefhebber die advies wil en een persoonlijke aanpak waardeert, maakt een afspraak. Elke klant die mijn raad vraagt en me de verkoop gunt, mag er op rekenen dat ik zijn aankoop persoonlijk lever en installeer tot alles perfect werkt. Toegegeven, voor het leveren en installeren werk ik samen met enkele specialisten die de nodige kennis en materiaal bij hebben om, indien nodig, kabels te trekken, toestellen in te bouwen of op te hangen, enzovoort. Dat is allemaal best vermoeiend, maar het schenkt me een enorme voldoening”, zegt Francis met volle overtuiging.

Geen merken maar oplossingen

Bij Technology Factory ligt de focus op de betere merken. “Dat hoeven niet altijd grote namen te zijn”, legt Francis uit. “Er zijn veel kleine, gepassioneerde fabrikanten die fantastische producten maken. En niet eens ver van hier. Zo heb ik heel mooie toestellen uit Frankrijk, Engeland, Duitsland en Italië die niet gekend zijn bij het grote publiek. De doorsnee muziekliefhebber kent enkel de grote, traditionele merken uit Japan en de USA. Daar is absoluut niets mis mee, maar hoe groter het aanbod, hoe breder de keuze voor de klant. Het is mijn taak om samen met de klant, na een grondige analyse van zijn wensen en een uitgebreide luistersessie, het voor hem gepaste product te vinden. Het speelt geen rol met welk merk de klant bij wijze van spreken buiten stapt. Ik verkoop geen merken, ik verkoop oplossingen”, zegt Francis beslist.

Klanten uit alle windstreken

De meeste klanten van Technology Factory zijn niet altijd zo vermogend als je zou denken. Het zijn vooral muziekliefhebbers die, ongeacht hun sociale status, de nodige budgetten vrijmaken voor hun dure hobby. “Duur is relatief”, verbeterd Francis. “Een goed geadviseerde klant doet een bewuste investering waar hij lang van geniet. Het wordt pas duur als je, misleid door ‘prijskopen’ verkeerde dingen koopt. Dan kom je terecht in een negatieve spiraal van kopen en verkopen en toch nooit gelukkig worden. Mijn klanten

“Een aantal van mijn beste klanten komt met de fiets of met de trein”

behoren dus niet alleen tot de happy few”, stelt Francis. “Een aantal van mijn beste klanten komt met de fiets of met de trein. Ze komen uit alle windstreken, ook uit het buitenland. Sommigen maken er een dagje uit van en overnachten in de buurt.” De trendy omgeving en het stadscentrum op wandelafstand bieden hiervoor genoeg mogelijkheden. “Hoe ze bij mij terecht komen? Ik zou het niet weten”, zegt hij. “Ik heb in het verleden dikwijls aan beurzen deelgenomen, zowel in de hifiwereld als er buiten. ‘Country Side’ in Flanders Expo bij voorbeeld, waar ik 8 jaar gestaan heb, is een beurs die 50.000 bezoekers trekt op 5 dagen. Ik draaide er in de champagnebar vrolijke muziek. Altijd een gezellige boel.





Dat leverde niet altijd directe resultaten op, maar toch ontvang ik hier nog regelmatig mensen die mijn kaartje blijkbaar jarenlang bijgehouden hebben. Dat betekent dat de eerste indrukken bijgebleven zijn. Dat geeft me een goed gevoel.”

Iedereen is welkom

Elke muzikiefhebber is dus welkom bij Technology Factory. Om advies te vragen, naar muziek te luisteren en iets te drinken, zonder enige druk om te kopen. “Sommige mensen beslissen onmiddellijk, anderen hebben bedenktijd nodig en beslissen na enkele uren, dagen, maanden of jaren. Sommigen beslissen zelfs nooit.”, lacht Francis. “De meeste verkopers willen altijd onmiddellijke resultaten, maar zo werkt dat niet in de audiowereld. Het is vooral moeilijk om de snelheid waarmee een potentiële koper handelt in te schatten. Vergeet niet dat de meeste van mijn producten minstens duizend euro kosten. We gaan er soms te snel overheen dat dat voor veel mensen nog altijd een behoorlijk bedrag is, al circuleren er in de hifiwereld gigantische bedragen. Daarom zoek ik eerst zorgvuldig uit wat een klant wil, pas dan laat ik hem voorzichtig iets proeven dat bij zijn smaak en budget past”, aldus Francis.

Muziek en wijn

Over proeven gesproken, wijn past ook in het verhaal van

“Ik heb ik er absoluut geen probleem mee als een klant me komt vertellen dat hij een product gekocht heeft bij de concurrentie. Er zijn genoeg collega’s die even goed hun best doen”



Technology Factory. 'Music & Wine' is ontstaan uit een andere passie van Francis, die voor goede wijnen. Vooral wijnen uit het noorden van Italië, meer bepaald uit Piemonte, vinden dankzij hem de weg naar België. "In Piemonte worden heerlijke wijnen gemaakt zoals Barbera en Barolo", zegt hij haast likkebaardend. "Veel muzikliefhebbers houden ook van goede wijnen. Hier krijgen ze de kans om hun passies te combineren." Het wijnverhaal werkt blijkbaar ook drempelverlagend. "Klopt", bevestigt Francis. "Ik werk op afspraak en verkoop dure producten. Sommige mensen vinden het gênant om met lege handen naar huis te

gaan. Maar als ze een fles wijn kunnen meenemen of een vinylplaat, voelen ze zich ook gelukkig."

Leve de vinylplaat en de draaitafel!

Misschien wel de grootste passie van Francis is die voor vinylplaten en draaitafels. "In de kelderruimte stockeer ik ongeveer 10.000 vinylplaten", glundert hij. "Uitsluitend nieuwe platen van de betere merken die gemiddeld 30 à 40 EUR kosten. Elke week komen er zo'n 100 platen binnen en klanten die in de voorraad komen grasduinen. Stuk voor stuk analoog opgenomen en gemasterde lp's, geen platen die vanuit een digitale bron opgenomen werden. Dat maakt een verschil van dag en nacht, vooral op de betere draaitafels waarin ik gespecialiseerd ben. En als je een plaat wil die ik niet heb, dan bestel ik ze gewoon voor jou. Want die persingen vind je niet op het internet."

Het internet, de vitrine van weleer

Toch is het internet ook een verkoopkanaal voor Technology Factory. Want, wie vandaag handel wil drijven, moet zichtbaar zijn op het internet. "Het internet is het uitstalraam van weleer", stelt Francis. "Daar informeert de consument zich zodat hij exact weet wat hij wil als hij de stap naar de winkel zet. En dat is precies de bedoeling. Je website is een visitekaartje en moet dan ook up-to-date gehouden worden of hij verliest zijn kracht. Bijna 90 % van mijn Belgische klanten die de website bezoeken en iets bestellen, komen achteraf naar de winkel. Er zijn natuurlijk ook mensen die zich absoluut niet willen verplaatsen en online bestellen. Wat op stock is, wordt dezelfde dag nog verzonden, ik ben even snel als CoolBlue", lacht Francis. Uiteraard is de verkoop via het internet bedoeld voor kleinere dingen. "Alhoewel", zegt hij, "ik krijg bestellingen van over de hele wereld, wat eigenlijk bizar is. Het gebeurt regelmatig dat een muzikliefhebber vanuit een ander werelddeel een aanzienlijke bestelling plaatst. Misschien komt dat omdat je, in tegenstelling tot bij ons, in sommige landen in de verste verte geen audiowinkel aantreft. Die mensen komen dan op de website van Technology Factory terecht, bestellen en betalen.





Enkele dagen later wordt hun pakket perfect thuis afgeleverd door TNT. Dat maakt tevreden klanten, all over the globe”, lacht Francis.

Technology Distribution

Naast Technology Factory is er ook nog Technology Distribution. “Inderdaad”, beaamt Francis. “Technology Distribution is ontstaan uit het feit dat ik op beurzen mooie merken ontdekte die niet hier op de markt beschikbaar waren. Daarom haal ik ze naar België. Zo heb ik jaren geleden, toen iedereen me voor gek verklaarde omdat ik me

met vinyl en draaitafels bezig hield, de schitterende Duitse draaitafels van Clearaudio ontdekt. Een absoluut succesverhaal.” De producten van Technology Distribution worden geleverd aan dealers in gans België en uiteraard ook aan Technology Factory van waar ze de weg vinden naar de

“Al te vaak worden heel mooie producten niet opgepikt, en dat is jammer”





“Het internet is het uitstalraam van weleer”

tevreden zijn. Vergeet niet dat goede apparaten gemakkelijk 20 jaar dienst doen. Als je dan de verkeerde keuze gemaakt hebt, zoals ik al eerder zei, is het voor lang. Ik vind het verschrikkelijk als een klant iets koopt en het na enkele maanden wil inruilen omdat het toch niet echt zijn ding is. Ik heb er ook absoluut geen probleem mee als een klant me komt vertellen dat hij een product gekocht heeft bij de concurrentie”, stelt Francis. “Als hij achteraf mijn advies vraagt voor een nieuwe aankoop en mij de deal gunt, werk ik graag verder op zijn gedane investering, zonder de producten van de concurrentie af te breken. Er zijn genoeg collega’s die even goed hun best doen”, zegt hij ontwapenend eerlijk.

De juiste prijs

Concurrentie betekent vaak prijzenoorlogen. “Ik wil niet de goedkoopste zijn”, stelt Francis. “Ik vind dat je je aan de adviesverkooprijzen van de fabrikanten moet houden om niet de poten onder de stoelen van je concurrenten weg te zagen. Een klant wil een goed advies, een goed product en een goede service achteraf. Stel dat je een mooi product gekocht hebt en het achteraf op het internet goedkoper vindt. Daar wordt je echt ongelukkig van. Over prijzen wordt niet gediscussieerd, met uitzondering van promo’s en ex-demo’s natuurlijk.”

We hebben ons keurig aan de voor het interview uitgetrokken tijd gehouden. Gelukkig maar, want Francis moet nog een draaitafel monteren die binnen een uurtje door een klant opgepikt wordt. Ik mag er bij blijven en wacht mee de komst van de klant af. Deze meldt zich precies op tijd aan. De man woont in Wenen...

retailklant. “Al te vaak worden heel mooie producten niet opgepikt, en dat is jammer. Hetzelfde geldt voor de wijnen. De wijnen die ik invoer vind je beslist niet in de supermarkt”, glundert Francis.

De liefde voor het goede leven

Het goede leven met fijne muziek en lekkere wijn. “Daar draait het om”, bevestigt Francis. “Ik wil een zo lang mogelijke relatie met mijn klanten onderhouden en mijn passie voor draaitafels, goede buizenversterkers, vinyl en lekkere wijnen met hen delen en er voor zorgen dat ze

Links:

www.technologyfactory.com

www.technologydistribution.com

