



Edith König over Smeets Loopcomfort

10.000 klanten per jaar

‘We bieden alles aan wat het lichaam kan ondersteunen’

“Smeets Loopcomfort, een kennis- en expertisecentrum dat twee rollen vervuld; die van schoenwinkel en hulpmiddelenleverancier,” omschrijft mede-eigenaar Edith König het bedrijf dat zij samen met echtgenoot Thijs Smeets aanstuurt. “De schoenwinkel vult de orthopedie goed aan. Wij helpen consumenten zowel met confectieschoenen als met maatwerkoplossingen. Iedereen kan voor elke vraag op het gebied van voeten, schoenen en bewegen bij ons terecht. Ons aanbod is daarom uitgebreider dan dat van een gewone schoenwinkel. We bieden alles aan wat het lichaam kan ondersteunen; van een lichte steunzool of een aanpassing aan een confectieschoen, tot aan volledige orthopedische schoenen, orthoses en protheses. Onze missie is dan ook: mensen in alle vrijheid helpen bewegen en sporten.”

Van alle markten thuis

Smeets Loopcomfort bestaat sinds 1906

en is een familiebedrijf. Edith en Thijs zijn de vierde generatie die aan het roer staat. Smeets is met name actief in Zuid-Nederland. De hoofdvestiging ligt in Sittard. Daarnaast hebben zij vele nevenvestigingen; “zodat we onze klanten altijd in de buurt van dienst kunnen zijn,” aldus König. De schoenwinkel is sinds 2006 onderdeel van het bedrijf, een terugkeer naar de roots van Smeets. “Heel lang geleden, toen de eerste generatie nog aan het roer stond, had Smeets ook een schoenwinkel,” vertelt König. “Dat werd een zaak in de orthopedie toen er vanuit de mijnwerkers een grote behoefte voor orthopedisch maatwerk was. Polio en andere ziektes kwamen op en er kwam een grote vraag naar schoenen met voorzieningen.” Smeets is sindsdien uitgegroeid tot een groot expertisecentrum dat zich bezighoudt met allerlei vraagstukken op het gebied van voeten, schoenen en bewegen- van relatief kleine tot zeer complexe, individuele zorgvragen. “Er is behoefte aan goed

advies en vakmanschap om voet- en beweegproblemen preventief tegen te gaan.”

Warm en toegankelijk

De hoofdvestiging in Sittard huist in een groot bedrijfspand van in totaal 2.300 vierkante meter. De winkel beslaat 300 m², met een ontvangst- en wachtruimte van nog 80 m². Op deze locatie worden de diverse werkzaamheden van het bedrijf uitgevoerd; het ontwerp, de productie, de orthopedie, de schoenwinkel en de distributie. “Ons bedrijf is heel toegankelijk,” vertelt König. “De inrichting is ruimtelijk en warm, met een ambachtelijke *touch*. We combineren hout met diverse warme stoffen en kleuren. Er is geen steriel wit interieur- iets dat je vaker ziet in de branche. Wij combineren ambacht met moderne technologieën.” Beleving in de zaak wordt gebracht door een stukje maatwerk de winkel in te brengen. Zo staan er schoenmakersmachines in de winkel, zijn er in de wachtruimte beeldschermen waar



Damesschoenen van diverse comfortmerken, tassen en sjaals.



men even achter de schermen kan gaan in de ateliers en staat er een grote leestafel met koffie, thee en wat lekkers voor de bezoekers klaar. "Met de toevoeging van winkel in 2006 is er wat meer aandacht voor een stukje mode, ook in de orthopedie. Om up-to-date te blijven worden er beurzen bezocht waar ook nieuwe kennis wordt opgedaan. Zo kunnen we de modieuze aspecten een duidelijke rol laten spelen in ons bedrijf." Hoe zich dat uit in de praktijk? "Als je gaat kijken naar orthopedische schoenen, dan valt 80 procent al niet meer op in het straatbeeld omdat er nu veel meer keuze is in kleur, materialen en modellen," verklaart de ondernemster. En hoe zit dat dan met die overige 20 procent? "In die gevallen zijn de voeten dusdanig extreem van vorm dat het modelleren steeds moeilijker wordt. Functionaliteit staat dan voorop. De dragers zijn vaak de dankbaarste klanten- ze zijn zo blij dat ze weer goed kunnen lopen." Steunzolen worden volgens König steeds hipper; "ze krijgen steeds meer kleuren en uitvoeringen. Dit zijn ontwikkelingen die de consument toejuicht. Hoe hipper de schoenen er uitzien en hoe minder ze op comfortschoeisel lijken, hoe beter."

Breed inzetbaar

"Smeets Loopcomfort heeft een regionale aantrekkingskracht. Mensen komen van heinde en verre naar ons toe. De schoenen die wij in de winkel verkopen zijn zeer geschikt voor het inleggen van steunzolen of het toepassen van verhogingen. Beenlengteverschillen kunnen zo makkelijk worden opgelost. Het zijn modieuze schoenen, maar we letten tijdens de inkoop wel op de technische mogelijkheden en de kwaliteit. We moeten er natuurlijk rekening mee houden dat er eventuele aanpassingen gedaan moeten worden." Merken die men in de winkel van Smeets

Loopcomfort treft zijn onder andere: Durea, FinnComfort, Xsensible, Waldlaufer, Solidus, Mephisto, Regarde Le Ciel, Ambiorix, Hartjes, Hassia en Piedi Nudi. Daarnaast worden er ook veiligheidsschoenen van Emma aangeboden. Outdoormerken zijn ook aanwezig, met Meindl, Teva, Lowa en Hanwag. De maatwerkschoenen van het bedrijf worden voorzien van een stempel met 'eigen merk' in het voetbed. Cycleur de Luxe, FinnComfort en Solidus mogen zich tot de bestverkopende merken van het bedrijf rekenen. "Cycleur de Luxe is een wat hipper merk met een goede pasvorm. Deze schoenen zijn ook goed aanpasbaar en wat lichter, dat geldt overigens voor alle drie de merken. Mensen vinden het meestal fijner als de schoen wat soepeler is," verklaart König. Cycleur de Luxe en Regarde Le Ciel zijn relatief nieuwe aanwinsten voor het bedrijf. "We maken hier een verjongingsslag mee," verklaart König. "Deze merken zijn vrij breed inzetbaar. Ouderen die zich jong voelen vinden het erg prettig en ook jongeren die niet in Mephisto willen lopen worden door de merken aangesproken. Het is een zeer diverse doelgroep. Onze klanten zijn bewust bezig met hun gezondheid en zijn op zoek naar ondersteunende schoenen." Smeets Loopcomfort heeft ook klanten met complexere zorgvragen, zoals diabetes, aangeboren afwijkingen of amputaties. "Regelmatig sturen werkgevers hun werknemers naar ons toe voor schoenadvies of een steunzool. Er zijn maar weinig bedrijven die gecertificeerde steunzolen voor veiligheidsschoenen bieden. Wij hebben die samen met Emma safety footwear ontwikkeld." De ideale merkenmix is volgens König een combinatie van modieus en comfort. "Je merkt dat comfort ook inspeelt op de sneakerhype. Het is gewoon hip en niet meer oubollig zoals vroeger." Naast schoenen worden er ook



Namen: Thijs Smeets en Edith König

Leeftijd: 47 en 48 jaar

Aantal jaren actief in de branche: Thijs: 30 jaar, Edith: 21 jaar

Eigen ondernemers omdat: Thijs: dit met de paplepel is ingegeven. Edith zag dit als een mooie uitdaging.

Uitdaging/visie: mensen helpen om in alle vrijheid te bewegen en te sporten.

Vrije tijd: gezin, sporten, genieten van familie en vrienden, lekker eten, de natuur, kunst, cultuur.

Toekomstdroom: gezond en gelukkig blijven, de kinderen zien ontwikkelen en opgroeien.

Dames- en herenschoenen en tassen van diverse merken en een beeldscherm met beelden uit eigen ateliers. De balie staat op de achtergrond.



tassen en sjaals van de merken Giuliano en David Jones aangeboden, evenals sokken, onderhoudsartikelen en aanverwante artikelen. Shop-in-shops zijn er bij Smeets Loopcomfort niet. "Daar is onze winkel niet groot genoeg voor," stelt König. "Dan wordt het te rommelig en verliezen we onze eigen identiteit. Als we een grotere winkel hadden gehad dan had het wellicht meerwaarde.

orthopedie."

Hofleverancier

"We hebben veel te maken met mensen die kampen met voet- en beweegproblemen," vertelt König. "We helpen hen soms op onze eigen locaties en soms bij andere dienstverleners, zoals een medisch centrum of bij een podotherapeut. Dit doen we vaak

hulpmiddelenleverancier die rol wel te pakken. Ook met ons onderscheidend vermogen zit het goed, zowel in de hulpmiddelen als de retail. We maken alle hulpmiddelen namelijk volledig zelf in onze werkplaatsen in Zuid-Nederland. Veel van onze collega's besteden dit, al dan niet deels, uit naar het buitenland. In de retail leveren we maatwerk in combinatie met confectie."

'Onze missie is: mensen in alle vrijheid helpen bewegen en sporten'

Zoals we het nu hebben kunnen we de rust in de winkel bewaren. Overzicht is immers belangrijk in een winkel."

"We doen veel aan oriëntatie en bezoeken verschillende schoenenbeurzen," vertelt de ondernemster over de samenstelling van het merkpakket. "We bezoeken Micam, Walk & Match, Trademart en Düsseldorf. Daarna doen we de inkoop hoofdzakelijk in het inkoopcentrum in Nieuwegein. Wij zijn lid van ANWR-Garant- zij maken een bepaalde selectie voor ons en als er behoefte is dan voegen we daar merken aan toe. We willen op de hoogte blijven van het aanbod in de markt." Het assortiment van de winkel is opgedeeld in afdelingen voor dames, heren, wandelschoenen en veiligheidsschoenen. "Kinderschoenen doen we alleen in de

in samenwerkingsverband. De kennis ligt vaak in het verlengde van elkaar en zo kun je elkander goed aanvullen." Het bedrijf heeft diverse SEMH-erkenningen en is tevens aangesloten bij NVOS-Orthobanda, een organisatie die de belangen van zorgondernemers in orthopedische hulpmiddelen behartigt. Smeets Loopcomfort mag zich sinds 2013 ook Hofleverancier noemen; een titel die men moet verdienen. "Je moet een familiebedrijf zijn en ook kunnen aantonen dat je familie er daadwerkelijk al die tijd in heeft gezeten. De familienaam moet ook zichtbaar in de bedrijfsnaam zitten, het bedrijf moet minimaal 100 jaar bestaan, je moet een onderscheidende rol in de branche kunnen aantonen én je moet als bedrijf een grote maatschappelijke rol bekleden in de regio," somt König op. "Wij hebben als

Samenwerken

Eigenaren Edith en Thijs hebben elk zo hun eigen rol in de organisatie. "Thijs is de vaktechnische man die zich met alle mogelijke technische en innovatieve vraagstukken bezighoudt. Van cad-cam tot 3D en ICT," vertelt König. "Ik ben iets meer actief op de achtergrond en hou me bezig met de marketing en communicatie, personeelszaken en de zorgcontracting. Inmiddels staan we samen alweer 20 jaar aan het roer." Wat voor het ondernemerskoppel het belangrijkste is? De klant altijd de best mogelijke oplossing en de meeste keuze bieden. "We hebben verschillende merken, diensten en producten. We bieden diensten als: een medisch pedicure, podotherapie, revalidatie, fysiotherapie en onze schoenwinkel met reparatie en een ontwerpatelier. We kunnen een klittenbandversie maken van een paar veterschoenen of een paar te wijde laarzen innemen." Er wordt een breed scala aan diensten geleverd. "Klanten vinden het prettig dat ze voor alles op één plek terecht kunnen. Ik denk dat onze kracht in de combinatie van al die disciplines zit."



De wanden met schoenen van Cyclleur De Luxe en wandelschoenen van diverse merken, is het eerste wat de binnenkomende klant ziet

Geen gemiddelde schoenzaak

“Smeets Loopcomfort helpt jaarlijks zo’n 10.000 klanten met schoenen en aanverwante hulpmiddelen om beter te kunnen bewegen,” aldus König. Er werken zo’n 45 werknemers bij Smeets Loopcomfort en nog zo’n 25 bij de dochteronderneming. Het team dat in de winkel actief is bestaat afwisselend uit zo’n 6 werknemers. “Ik vind het vooral belangrijk dat onze werknemers goed geschoold zijn,” vertelt König. “Ik denk dat je je daarmee goed kunt onderscheiden. We streven altijd naar kwaliteit en professionaliteit - dat is een vanzelfsprekendheid binnen het bedrijf. We hebben naast adviseurs vaak schoentechnici en reparateurs in de winkel die vaktechnische vragen kunnen beantwoorden, maar ook de podotherapeut en de medisch pedicure leveren een belangrijke aanvulling met hun diensten.” Er wordt binnen Smeets Loopcomfort met het kassasysteem Open2Ortho gewerkt. “Dat heeft vooral te maken met het feit dat dit programma in de orthopedie wordt gebruikt,” aldus König. “Daarnaast werken we ook met systemen die we op maat hebben laten maken. We zijn toch een heel ander bedrijf dan gemiddeld.”

De grote missie

Mond tot mond reclame is volgens König de beste reclame voor Smeets Loopcomfort. “We krijgen veel doorverwijzingen van bijvoorbeeld artsen en paramedici.” Toch worden er ook van andere marketingmiddelen gebruik gemaakt. “We hebben een klantenpas waarmee de consument korting krijgt bij een volgende aankoop.” Een stukje social media mag ook niet ontbreken. “De posts die we op Facebook en Instagram plaatsen kunnen heel divers zijn. Dan brengen we bijvoorbeeld een bepaalde schoen onder de aandacht, of een winactie. Laatst stonden we als bedrijf groot in de krant - dat deel je dan ook. Klantenverhalen kunnen ook heel leuk zijn, net als sportvragen, tips, adviezen en wandelroutes. Een tijdje geleden hadden we ook een verhaal gedeeld over de plaatsing van schoenverhogingen in de voetbalschoenen van Adidas. Je merkt dat zoiets wel diverse keren gedeeld wordt, omdat het geen suf imago heeft.” Ook inkooporganisatie ANWR-Garant en Podolinea verzorgen diverse marketingtools; waaronder schoenenkranten en folders die huis-aan-huis verspreid worden. “We organiseren iedere maand een rondleiding door ons bedrijf. Er zijn veel geïnteresseerden die zich daarvoor inschrijven. Zo maken ze

kennis met het vakmanschap en kunnen ze een kijkje nemen in de ateliers en werkplaatsen. Uiteindelijk komen ze dan in de winkel terecht, waar men rustig een paar schoenen kan passen of een afspraak kan maken.”

Een webwinkel staat volgens de ondernemer op planning voor de toekomst. “We hebben een fotolab, dus de beelden kunnen we zelf maken. Die webwinkel moet een aanvulling zijn op de fysieke zaak. Met name bestaande klanten zouden hier dan hun herhaalaankopen kunnen doen.” Maar voordat het zo ver is; *first things first*. “We zijn actief bezig met duurzaam ondernemen. We dragen graag ons steentje bij aan een beter milieu door bijvoorbeeld de inzet van groene stroom, het verminderen van afval en recyclen. Als je te veel tegelijk doet dan kun je het niet allemaal waarmaken. Wij vinden het vooral belangrijk om de gastvrijheid en de *hospitality* richting de klant steeds te optimaliseren en hen telkens de best mogelijke oplossing te bieden, zodat onze klanten daarmee in alle vrijheid kunnen bewegen en sporten. Dat is onze grote missie.”