

ANTWERPSE DIAMANTJUWELEN VEROVEREN WERELD (WIJDE WEB)

Emilie Lachaert

Baunat schittert 10 jaar

Steven Boelens en Stefaan Mouradian begonnen tien jaar geleden in de Antwerpse diamantwijk met de online verkoop van hoogwaardige diamantjuwelen aan scherpe prijzen. De juwelen van hun merk Baunat veroverden sindsdien het wereldwijde web, en dus de hele wereld. *De Markt* mocht een kijkje nemen in hun Antwerpse showroom en atelier.

In het hart van de Antwerpse diamantwijk ligt het hoofdkwartier van Baunat. Tien jaar geleden begonnen Steven Boelens en Stefaan Mouradian hier op de zevende verdieping met de online verkoop van diamantjuwelen. Intussen palmte Baunat drie verdiepingen van het gebouw in. Het team groeide uit tot 25 mensen wereldwijd. Het Antwerpse merk heeft naast de showroom met atelier in Antwerpen nu ook showrooms in Parijs, Nice, Amsterdam, Zürich, Genève, Düsseldorf, Hongkong en Bombay. "De voorbije tien jaar zijn voorbijgevlogen", vertelt Steven Boelens. "Het was hard werken. We zijn een digital native merk (70% van de verkoop gebeurt online, 30% via de showrooms, red.) en begaven ons met de online verkoop van hoogwaardige diamantjuwelen op onontgonnen terrein. Het was een voortdurende zoektocht: hoe kunnen we het best de online betalingen regelen, wat met de Google-ranking, de verzendingen... Onze eerste verzending naar het buitenland liep bijvoorbeeld fout. In tien jaar zijn er drie pakjes niet aangekomen. Toevallig was die eerste buitenlandse bestelling daar één van. Dat was wel slikken, zo bij het begin van ons avontuur (lacht)."

Positieve reviews

"Maar we hebben genoten van de reis tot nu toe", vult Stefaan Mouradian aan. "En we zijn met Baunat altijd blijven groeien. Wat mij van de afgelopen tien jaar het meest blijft en de grootste voldoening schenkt, zijn de mensen die bij Baunat betrokken zijn. We hebben een goede verstandhouding met onze aandeelhouders en met de leveranciers van de diamanten en de artissans met wie we samenwerken. We konden ons omringen met een sterk team van jonge mensen. 75% van ons personeel, veel millennials, is aandeelhouder in het bedrijf: de betrokkenheid is groot." "Ook de feedback van onze klanten geeft voldoening. Op het onafhankelijke reviewplatform TrustPilot

heeft Baunat een score van 9,9 op 10: we hebben daarmee wereldwijd de hoogste score in de fashionsector. We merken de grote klantentevredenheid ook in de 'repeat de-gree': 25% van ons verkoopcijfer zijn repeat sales (verkoop aan bestaande klanten die terugkomen, red.). Dat is enorm veel, zeker als je weet dat een diamantjuweel een vijftal keer in een leven wordt gekocht."

Tijdloze juwelen

De juwelen die Baunat online aanbiedt, verrassen niet door hun hippe looks of creatieve designs. Het merk kiest bewust voor tijdloze, klassieke antwerpen in 18 karaat goud met natuurlijke, hoogwaardige diamanten. Het zijn juwelen die vaak voor een gelegenheid of een belangrijk moment in iemands leven worden gegeven: een verlovings, huwelijk, geboorte, jubileum... En later ook van generatie op generatie worden doorgegeven. "We maakten van bij de start het verschil door juwelen van een hoge kwaliteit aan een scherpe prijs aan te bieden. We bieden dezelfde kwaliteit als luxehuizen zoals Tiffany, maar bij Baunat betaal je bijvoorbeeld 5.000 euro voor een diamanten ring die bij die huizen 16.000 euro kost", verklaart Boelens.

"We kunnen onze prijzen zo laag houden, omdat we zonder tussenpersonen bij de bron aankopen, geen extreme marges nemen en omdat we ook geen dure marketingcampagnes voeren of shops openen op prestigieuze locaties", pikt Mouradian in. "We zetten als online speler sterk in op service. Onze service is eigenlijk onze marketing. We richten ons op de 'smart buyer' die merkt waar wil voor zijn geld en graag een correcte prijs betaalt die dicht bij de intrinsieke waarde van het product ligt."

Kwestie van vertrouwen

Toch lijkt het voor een buitenstaander een enorme uitdaging om klanten online te overtuigen om duizenden euro's uit te geven aan een diamantjuweel dat ze enkel online

Voor de buitenlandse markt zijn onze Antwerpse roots een belangrijke troef. Antwerpen staat in Azië bekend als dé diamantstad.

STEFAN MOURADIAN
Baunat

zagen. Want hoe win je het vertrouwen? "Enerzijds zijn er de reviews op het onafhankelijke platform van TrustPilot", zegt Boelens, "anderzijds bieden wij bij onze diamanten ook een certificaat aan van een erkend labo dat de kwaliteit van je diamant beschrijft. En we hebben een 'return policy' van dertig dagen. Een juweel uit onze vaste collectie kan je binnen dertig dagen kosteloos retourneren. Bij maatwerk is dat uiteraard niet mogelijk." "We zetten daarnaast allerhande middelen in zodat klanten online een goed beeld krijgen van de juwelen: naast foto's zijn er ook video's en 3D-manieren om de juwelen zo goed mogelijk te tonen. En klanten kunnen altijd een afspraak maken in onze showroom om een juweel te bekijken en te passen.

Online verkoop boomt

"De online verkoop neemt jaar na jaar toe", vertelt Mouradian. "In België gaat die evolutie minder snel in vergelijking met andere markten. Baunat heeft zich van bij de start op de internationale markt gericht. We merken dat Baunat het momenteel vooral goed doet in West-Europa en Hongkong. De Belgische markt vertegenwoordigt maar 10% van de verkoop." "Voor de buitenlandse markt zijn



Steve Boelens en Stefaan Mouradian van Baunat. Foto: Joris Herregods

onze Antwerpse roots een belangrijke troef. Antwerpen is zeker in Azië écht bekend als diamantstad. En Antwerpen is van groot belang voor Baunat: we zitten aan de bron voor de diamanten en we doen een beroep op de 'artisans' in de buurt voor het gieten, smeden, zetten...."

Overname?

De juwelen van Baunat worden handgemaakt in Antwerpen. Maar tegelijk zet het merk in op technologische innovaties. "Als technologie een meerwaarde biedt in het maakproces, dan gebruiken we het graag. Zo gingen we in zee met de Antwerpse start-up Twikit zodat klanten online een gepersonaliseerde naamketting kunnen ontwikkelen die meteen ge-3D-print kan worden. We willen het beste van de twee werelden, ambacht en technologie, combineren." "In de komende jaren willen we de hoogwaardige diamantjuwelen van Baunat nog meer op de kaart zetten in de internationale markt. Wellicht zullen we dit op termijn onder de vleugels van een internationale luxegroep doen. Er zijn al geïnteresseerden op dit moment. Namen kunnen we nog niet noemen. Een overname komt er pas als we zeker zijn dat het de juiste stap is voor Baunat, de waarden en filosofie van ons merk zijn daarbij cruciaal."

www.baunat.com



Een blik in het atelier van Baunat in Antwerpen. Foto: Joris Herregods



Ring, halsketting en oorbellen uit de nieuwe 'High Jewellery'-collectie.

Exclusieve verjaardagscollectie

Ter gelegenheid van de tiende verjaardag brengt Baunat een exclusievere collectie uit. Steven Boelens: "We merken in de afgelopen tien jaar dat we best wel wat juwelen tussen 30.000 en 500.000 euro verkochten, hoewel we die niet in de vaste collectie aanboden. Een vierde van de verkoop bij Baunat is maatwerk. We wilden die exclusievere designs nu ter gelegenheid van de tiende verjaardag ook als standaardproduct op onze webshop aanbieden." Deze collectie 'High Jewellery' zal vanaf de zomer te koop zijn. Binnenkort pakt Baunat ook uit met een nieuw segment, namelijk horloges, zowel voor mannen als voor vrouwen.

