

GROEI PLANNEN

Bij de lancering is QIQO enkel online te verkrijgen. Het team is bewust niet met de klassieke retailers gestart voor de distributie van het product. *“Het unieke aan ons product is dat we onze verpakking vanaf de start hebben ontwikkeld met online distributie in gedachten.”* Vertelt Chief Energy Officer Amaury Timmermans. *“QIQO zal voor iedereen online beschikbaar zijn in de vorm van een abonnementsformule met maandelijkse leveringen.”* Inspiratie hiervoor vond de startup bij succesvolle voorbeelden zoals het Amerikaanse Dollar Shave Club en Birchbox, dat maandelijks staaltjes van beauty producten levert. *“Convenience is het sleutelwoord. We zien dat consumentengoederen de afgelopen jaren die trend beginnen volgen. Het doel is om het voor de consument zo gemakkelijk mogelijk te maken: ze hoeven zelf niet meer naar de winkel te lopen om hun doosje te bemachtigen. Zo hopen we een trouwe fanbase te creëren, die maandelijks hun nieuwe portie QIQO ontvangt.”* Klanten die zich voor het subscription model aanmelden, ontvangen een levenslange korting op hun leveringen. *“Je subscription annuleren, kan met één muisklik.”* In een volgende fase wil het team samenwerken met distributeurs, zodat QIQO zijn intrede kan maken op de werkvloer, om een fun alternatief te bieden voor koning-koffie. *“In de verdere toekomst zijn er echter nog vele mogelijkheden mogelijk, zoals QIQO in capsules voor bestaande toestellen, of zelfs een ‘tag’ in de verpakking die automatisch een bestelling plaatst als je voorraad QIQO leeg is”,* voorspelt Amaury.

Het trio is bewust bezig met toekomstige uitbreiding. *“We zullen binnenkort kapitaal ophalen om ons team verder uit te breiden. Het zal een grote evenwichtsoefening worden om op het juiste moment, de juiste profielen te vinden om de groei te ondersteunen”.* De drie zien het groots, ze willen op termijn een internationaal merk neerzetten. *“We hebben de indruk dat de start-up cultuur meer en meer begint te leven in België. Vaak ligt de focus nog (te) veel op tech. Wij willen bewijzen dat je vanuit België ook een groot consumentenmerk kan lanceren. Als Red Bull vanuit Oostenrijk groot kon worden, waarom QIQO dan niet vanuit België?”*