

# Geen werk, geen investering, wél extra omzet

## De kracht van Quiosk voor carwashondernemers

### *Interview met Nick de Leeuw, directeur van Quiosk*

De carwashmarkt professionaliseert razendsnel. Automatisering, loyaliteitsapps, hogere klantverwachtingen en een groeiend aantal onbemande locaties zorgen ervoor dat ondernemers steeds vaker zoeken naar aanvullende diensten die weinig tijd kosten, maar wél waarde toevoegen. Quiosk speelt daarop in met volledig beheerde vendingoplossingen die ondernemers geen tijd of personeel kosten, maar wél extra omzet opleveren. Directeur Nick de Leeuw legt uit waarom vending juist in deze branche zo goed werkt.

Nick geeft aan dat hij vaak hoort dat het voor veel wasstraten steeds moeilijker wordt om personeel te vinden. Dat maakt het extra belangrijk dat de teams die er wél zijn hun aandacht kunnen richten op de kern: de wasstraat zelf. “Het beheren van een vendingmachine lijkt klein, maar het is echt een vak op zich: voorraad, techniek, assortiment, service. Dat moet je niet neerleggen bij medewerkers die ook bezig moeten zijn met het bieden van een goede wasstraatservice,” zegt hij. Tegelijkertijd ziet hij dat de markt verandert. Er komen steeds meer onbemande locaties waar klanten gemak verwachten, en bij grotere wasstraten hoort een drankje, snack of auto-accessoire steeds meer bij de totale beleving. Dat werkt alleen als vending professioneel wordt uitgevoerd, precies de rol die Quiosk op zich neemt.

Het verkopen van autoprodukten gaat opvallend goed bij wasstraten. Carparfum, droogdoeken en interieurdoeken zijn de absolute hardlopers. Daarnaast lopen snacks en dranken uitstekend, juist omdat klanten tijdens hun bezoek of moeten wachten, of graag iets kopen om onderweg mee te nemen. “Impulsverkoop werkt alleen als de machine perfect gevuld is, goed wordt onderhouden en opvalt. Daarom plaatsen we niet alleen een machine, maar zorgen we met ons merk en onze uitstraling dat deze opvalt,” legt Nick uit. Bij interieurbanen grijpen klanten vooral naar iets lekkers, terwijl bij stofzuigerpleinen en wasboxen juist de autoprodukten populair zijn. Dankzij data-analyse weet Quiosk precies welke producten op welke locatie het beste presteren. Dat niveau van optimalisatie is voor ondernemers simpelweg niet haalbaar naast hun dagelijkse werkzaamheden.

Het succes van Quiosk ligt volgens Nick in de volledige ontzorging die het bedrijf biedt. “Het is heel simpel: géén werk, geen investering, wél omzet. Wij

investeren in de machine, regelen de inkoop, vullen, onderhouden en optimaliseren het assortiment met data. Voor de ondernemer is het letterlijk een passieve inkomstenstroom.” Toch merken ze dat sommige ondernemers in het begin denken dat ze het zelf kunnen. “Maar zodra je ziet wat er écht bij komt kijken: THT-bewaking, techniek, service, voorraadbeheer, data en piekdruktes. Hierdoor merk je dat het eigenlijk onmogelijk is om dat er ‘even bij te doen’. Wij doen dit fulltime en op grote schaal. Wij zorgen dat het werkt én rendeert.”

Nick is ervan overtuigd dat vending een vast onderdeel wordt van de moderne carwash, zowel bij bemande als onbemande locaties. Klanten willen gemak, snelheid en een goed aanbod, en een professioneel beheerde vendingmachine sluit daar perfect op aan. “Ondernemers kunnen zich volledig richten op hun kernactiviteit, terwijl wij zorgen voor tevreden klanten én extra omzet. Dat is de kracht van samenwerken met Quiosk: de ondernemer focust op zijn eigen business, en wij zorgen dat vending werkt.” ■

