

Fun

PLAY ■ CREATE ■ PARTY

- 1. FUN + FUNDOO = REAL FUN**
- 2. FUN 2.0 = PLAY CREATE PARTY**
- 3. WAT IS ER ECHT VERANDERD**
- 4. MISSIE, VISIE & WAARDEN**
- 5. EEN STUKJE GESCHIEDENIS**
- 6. CONTACTGEGEVENS**

1. FUN + FUNDOO = REAL FUN

In 2013 slaan vrijetijdsketen Fun en onlinespeler Fundoo de handen in elkaar. Met het vernieuwende en unieke multichannelconcept zorgt Fun(doo) ervoor dat de klant helemaal centraal staat. De moderne shopper krijgt de controle die hij verwacht over zijn aankoop. 24/7 Fun service, een compleet overzicht van het assortiment en een gebruiksvriendelijke webshop. Bovendien kiest de klant hoe hij koopt; in de winkels, click-&-go in een winkelpunt of thuislevering.

De Joint Venture resulteert in een nieuwe groep, met Jean Paul Descheemaeker als CEO. Sven De Waele en Joeri De Waele, bezielers van Fundoo, treden in het kapitaal van de nieuwe groep en worden zowel lid van de raad van bestuur als van het management.

Een jaar lang werd heel hard gewerkt aan het aanbod, nagedacht over een nieuwe positionering, rebranding en een nieuwe website. Hoog tijd om een nieuw hoofdstuk aan het verhaal van Fun te breien. Hoofdstuk 'het nieuwe Fun', 'Fun 2.0' of 'the real Fun'.

2. FUN 2.0 = PLAY CREATE PARTY

Over de nieuwe baseline van Fun 2.0 is grondig nagedacht. Er werd gekozen voor drie werelden die elkaar versterken. Altijd vanuit het 'wij', samen spelen, samen feesten en het nog mooier maken van kleine momenten. Een mix die uniek is in het Vlaamse Retaillandschap.

Play staat voor spel. Spelen van kleins af aan tot speels blijven als volwassene. Party staat voor feest. Fun wil partner worden van de klant, voor welk feest dan ook. Een "one stop party shop", een feestwinkel het ganse jaar door. Create, het zelf maken. Niet noodzakelijk voor jezelf dus, maar om het feest aan te kleden of om samen te spelen met de kindjes.

Play Create Party!

Om Jean Paul Descheemaeker, CEO van Fun te citeren "stilstaan is achteruitgaan" en dus werd er in het afgelopen jaar intensief geluisterd naar wat onze klanten te zeggen hadden. En wel, het verdict was vrij duidelijk. Naast 'speelgoed' wist niemand echt waarom ze bij Fun terecht zouden kunnen.

Het besef groeide dat we onze winkels, die gemiddeld 2000m groot zijn, niet nog meer speelgoed konden stoppen om beter te worden. Om te verbeteren moesten we nadenken over een piste die ons weg bracht van "Fun verkoopt speelgoed en nog iets".

Dat brengt ons bij de kern van de zaak, het product. Opnieuw luisterden we naar wat onze klant te vertellen had. Onze klant, die Fun alleen als bestemming heeft als het om speelgoed gaat maar ook wel iets anders meenam als hij langs de kassa passeerde. Maar wat als we ook de bestemming werden om je volledige feest te organiseren? De som van Fun wil meer zijn dan dat. Onze klant is vaak een mama, soms een papa, die speelgoed komt kopen.

Fun voor iedereen, overal.

Fun maakt er een punt van om te luisteren naar de noden van zijn moderne shopper. Om te voldoen aan die noden, plaatst Fun de beleving en de service van zijn klanten centraal.

Dankzij de kiosk in de winkel en de vernieuwde responsive website kan de klant waar en wanneer hij wil alle mogelijke productinformatie raadplegen en meteen checken of het product dat hij wil op voorraad is in de dichtstbijzijnde winkel. Zo wil Fun de consument de controle geven: 24/7 service, een compleet overzicht van het assortiment en een gebruiksvriendelijke webshop. Daarbij is altijd de keuze mogelijk tussen aankoop in de winkel, click-&-go in een winkelpunt of thuislevering.

Fun op de Belgische vrijetijdsmarkt.

Jean Paul Descheemaeker staat als CEO van Fun aan het stuur van de spannende reis. Samen met partners Sven en Joeri De Waele, de oprichters van Fundoo, kan Fun uitgroeien tot een krachtige speler. Het doel? Door innovatie en focus op de klant de absolute nummer 1 op de Belgische vrijetijdsmarkt worden. Daarbij staat de volledige integratie van clicks en bricks centraal om zo een unieke winkelervaring te creëren.

Het concept is multichannel retail van de bovenste plank. Door de offline en online winkels op gelijke voet te plaatsen, kan Fun verder gaan dan de spelers die zich vooral focussen op online en combineren dit met enkele servicepunten. Door in te spelen op clicks én bricks biedt Fun een divers en aantrekkelijk aanbod voor de onlineshopper maar ook voor de klant die een fysieke winkel verkiest.

3. WAT IS ER ECHT VERANDERD?

Fun wordt terug op de rails gezet. Met 400m² feestartikelen en extra create wordt het aanbod volledig toegepast op de noden en wensen van onze doelgroep. De winkels worden leesbaarder en logischer. Kom naar 1 van onze pilootwinkels en laat je inspireren.

Het nieuwe logo

Om de nieuwe slagzin te onderstrepen, werd ook gekozen voor een nieuw logo. Ook daar werd heel bewust mee omgegaan. Het logo wordt volwassener maar behoudt zijn herkenbaarheid. Het blauwe mannetje, voor sommigen beter bekend als 'Funnie', behoort tot het verleden om plaats te maken voor 'méér dan kinderen'. Fun wordt, nog meer dan vroeger, een bestemming voor de ganse familie en niet alleen voor kinderen.

"Fun wordt volwassen, hoewel het Fungehalte prominent aanwezig blijft. Meer nog, Fun wil zijn stempel zetten als familiemerke door verrassend uit de hoek komen in communicatie en aanbod. En daar hoort een logo bij dat tijdloos is, met respect voor het verleden."

Conceptstore Lokeren

De producten worden samen gebracht met als doel inspireren en goesting doen krijgen. In het hart van onze (offline) pilootwinkel, de 'funzone', valt altijd iets te beleven. Demo's, testen, aan onze producten mag gevoeld worden. We willen volledig weg van 'het supermarktgevoel', en daarom wordt onze kassazone ook meer een servicedesk dan echt puur afrekenen dat je zou kunnen associëren met een supermarkt. We willen terug écht geloofwaardig worden.

Om het aanbod tot zijn volste recht te laten komen, werden twee winkels omgedoopt tot pilootwinkel. De winkel in Lokeren werd volledig heringericht, daar vind je dus ook reeds alles van feestartikelen, het ganse jaar rond. Ook de createhoek krijgt hier al meer identiteit. De tweede winkel is er een-tje waar iedereen gemakkelijk heen kan; onze online winkel.

Onze nieuwe webwinkel

Fun.be is helemaal responsive geworden. Dat wil zeggen dat je nu ook eenvoudiger naar onze website kan surfen vanop je telefoon of tablet, zonder dat hij er helemaal anders gaat uitzien. Nog nieuw op onze website is het inspiratielukkig dat heel veel ruimte krijgt, omdat we beseffen dat onze online winkel ook moet inspireren en niet enkel transactiegericht moet functioneren.

FUN
PLAY • CREATE • PARTY

Feestelijke opening in Fun Lokeren op 4/4 en 11/4

Let's Party

GLOEDNIEUWE WINKEL IN LOKEREN

Kom mee vieren op zaterdag 4 en 11 april en geniet van exclusieve promoties, maak kans op leuke prijzen, dans mee met onze surprise-DJ en ontmoet één van onze special guests.
Alle info op fun.be/feest-bij-fun

-15%
op ons party- & tuinassortiment
Geldig in Lokeren
van 4/4 t/m 11/4/2015

Fun Lokeren - Zelebaan 73 - 9160 Lokeren

4. MISSIE, VISIE EN WAARDEN.

We geloven er sterk in dat een missie en een visie slechts het tipje van de ijsberg is van wat een bedrijf zou kunnen betekenen. Fun is liever écht, dienstbaar en zijn naam waardig dan dat het missie en visie tot op de letter naleeft. Dat op zich is onze échte missie.

En bovenal, Play create en party!

Service

We willen een merk zijn met een gezicht. De authenticiteit waarin vaak tekort geschoten wordt in Vlaanderen, willen we in ere herstellen. Alles staat in dienst van de klant, die we met de glimlach bedienen.

Specialist

Fun is specialist in play, create en party.. We beseffen dat spelen en feesten in de kleine dingen zit. Fun gelooft in de maakbaarheid van het moment.

Beleving

We besteden er heel veel aandacht aan, dat in onze winkels steeds iets te beleven valt. Workshops, demo's, speelgoed testen... echte beleving, real fun.

Luisteren

naar én spreken met onze mensen Naar onze klanten én personeel wordt geduldig geluisterd. Fun staat open voor alle feedback, want dat is de meest waardevolle info die je als bedrijf kan krijgen. Fun leert opnieuw spreken met zijn publiek. Terug naar de kern van de zaak: de klant, de families, de glimlach en het moment.

De klant staat centraal

Onze specialisten staan je met plezier te woord over hun vakgebied, zodat een bezoek aan onze winkels 'het altijd waard' is en je steeds geholpen wordt. In het allerslechtste geval dat we niet hebben wat je zoekt, valt er op zijn minst toch steeds iets te beleven voor onze bezoekers.

5. EEN STUKJE GESCHIEDENIS

Het verhaal van Fun

In 1925 in een drukkerij in het West-Vlaamse Aartrijke opgericht door Alfons Coeman. In 1963 komt hun zoon Gaby Coeman in de zaak en bouwt het verder uit tot een grootschaliger grafisch bedrijf "Coemandruk", hier is voor het eerst sprake van speelgoed in het winkeltje van Coemans vrouw. In 1977 bouwen ze een nieuwe winkel en worden er ook tuinmeubelen toegevoegd aan het assortiment. In 1987 doet Bart Coeman zijn intrede in het bedrijf. De uitbreidingen komen in een stroomversnelling terecht. Al snel komen er een aantal uitbreidingen in Aartrijke en worden er nieuwe winkels geopend in Brugge Sint-Andries, Oostende en Poperinge.

Het jaar 2000 is een keerpunt. Fun krijgt er 10 nieuwe locaties bij De locaties Geraardsbergen, Sint-Joris-Winge, Genk, Mechelen, Olen, Lommel en Hasselt, Torhout, Sint-Niklaas en Dendermonde vervoegen de Fun familie. Mede dankzij de partnership met Mitiska. Een jaar later volgen Fun te Merksem en de Fun Factory te Schilde, Edegem en Merelbeke. In oktober datzelfde jaar wordt Wette ren geopend en wordt de nieuwe naam Fun gelanceerd. Tot op heden pronkt de naam Fun op 30 stenen gevels en de digitale gevel van fun.be

Ondertussen in Oost-Vlaanderen...

Al meer dan 25 jaar was "doe het zelf mét De Waele" een gerenommeerde doe-het-zelf-zaak in de regio van Gent in handen van Lucien en Lucie De Waele. Zoon Sven De Waele (ex-Vlerick) was meteen gepassioneerd door de evolutie van de e-commerce business en startte in 2009 zijn eerste eigen webshop: Zwembadstore.be. Deze online shop werd een succes, maar er was een probleem. Zwembaden zijn seizoensproducten. Dat wil zeggen dat je er 's winters weinig of geen van verkoopt. De drang naar andere productcategorieën werd groter en ook vanuit de klant ontstond een vraag naar een uitgebreider aanbod. Met grote plannen in het achterhoofd werd verdere professionalisering noodzakelijk.

Begin 2012 vervoegde broer Joeri De Waele (ex-McKinsey, ex-Unilever) het team. De broers besloten de handen in elkaar te slaan om hun plannen waar te maken. Samen met maar liefst 6 nieuwe werkrachten in nog geen jaar tijd werd een versnelling hoger geschakeld en werden nieuwe webshops uit de grond gestampt. De ideeën en noden voor nieuwe e-shops bleven groeien tot er een nood ontstond naar een overkoepelende merknaam: Fundoo.

Vragen? contacteer ons!

Pers & PR

amely.mondy@fun.be
+32 50 40 87 89
+32 474 94 86 30

Fun Belgium N.V.

Koning Albert I-laan 244
8200 Brugge

+ 32 50 40 87 20

fun

PLAY ■ CREATE ■ PARTY

fun.be