

Transcriptie interview met client Ahmad.

Interview Transcriptie - Ahmad Alhasoun (KWmarkt)

Datum 5 juni 2025 Tijd:18:00 – 19:00 Locatie:Op werk (kantine)Interviewer: Okan Uzer
Geïnterviewde Ahmad Alhasoun (Oprichter KWmarkt)

Opening & Introductie

Okan: Ahmad, bedankt dat je tijd hebt vrijgemaakt voor dit interview. Ik ben heel benieuwd naar je verhaal met KWmarkt. Kun je me allereerst vertellen hoe het idee voor KWmarkt is ontstaan?

Ahmad Ja, natuurlijk! Het begon eigenlijk heel simpel. Ik zag op social media steeds meer mensen praten over die Oura Ring, maar de prijs... €349! Dat is gewoon veel te duur voor de meeste mensen. Ik dacht: er moet toch een betaalbare alternatief zijn? En toen ben ik onderzoek gaan doen naar leveranciers in China.

Okan:Interessant. En wat was je eerste stap?

Ahmad: Ik ben begonnen met Alibaba. Ik heb contact gelegd met verschillende leveranciers en samples besteld. Het duurde best lang voordat ik een betrouwbare leverancier vond die kwaliteit kon leveren tegen een goede prijs. Uiteindelijk heb ik een smart ring gevonden die bijna dezelfde functies heeft als de Oura Ring, maar dan voor een fractie van de prijs.

Business Model & Doelstellingen

Okan Kun je me meer vertellen over je business model? Hoe zie je KWmarkt in de markt?

Ahmad Kijk, ik wil niet concurreren op het allerlaagste segment. Ik wil premium kwaliteit bieden, maar tegen een betaalbare prijs. Mijn doelgroep is mensen tussen de 25 en 45 jaar die geïnteresseerd zijn in health tech, maar niet €349 willen uitgeven.

Okan: En hoe positioneer je jezelf dan precies?

Ahmad Betaalbare premium, zou ik het noemen. Wij bieden 90% van de functies van een Oura Ring voor €45,95. Dat is 87% goedkoper! Maar het moet wel kwaliteit uitstralen. Mensen moeten vertrouwen hebben in het merk.

Okan Dat is een interessante balans. Hoe kom je aan die prijsstelling van €45,95?

Ahmad Ik heb veel marktonderzoek gedaan. De Oura Ring kost €349, Samsung Galaxy Ring €449. Er zijn wel goedkopere alternatieven voor €20-30, maar die zien er goedkoop uit. Ik wilde in de "sweet spot" zitten - niet te duur, maar ook niet zo goedkoop dat mensen denken dat het rommel is.

Huidige Situatie & Uitdagingen

Okan Je vertelde me dat je al een website hebt. Hoe is die nu ingericht?

Ahmad: zucht Ja, dat is eigenlijk mijn grootste probleem. Ik heb heel snel een Shopify website opgezet omdat ik wilde beginnen, maar het ziet er... hoe zal ik het zeggen... gehaast uit. Het logo heb ik zelf gemaakt in 10 minuten, geen echte branding, heel basic.

Okan: Wat voor logo heb je nu dan?

Ahmad: Het is gewoon "KWmarkt" in een standaard font met een gouden kleur. Ik dacht: goud betekent luxe, dus dat moet goed zijn. En ik heb er een hartje en een telefoon icoontje bij gedaan omdat de ring hartslag meet en met je telefoon verbindt. Maar eerlijk gezegd, het ziet er niet professioneel uit.

Okan: En hoe reageren mensen op de huidige website?

Ahmad: Mensen kijken wel, maar ik zie dat ze niet lang blijven. Mijn conversion rate is heel laag. Ik denk dat mensen niet genoeg vertrouwen hebben. Als je naast Oura's website legt, dan zie je meteen het verschil in professionaliteit.

Doelgroep & Customer Research

Okan: Je noemde je doelgroep al. Heb je al onderzoek gedaan naar wat zij willen?

Ahmad: Ja! Ik heb interviews gedaan met 15 mensen. Heel interessant. Het belangrijkste wat ik leerde is dat comfort en design super belangrijk zijn. 7 van de 15 mensen zeiden dat als eerste. De prijs is natuurlijk ook belangrijk, maar het moet er wel goed uitzien.

Okan: En wat zijn hun grootste zorgen?

Ahmad: Kwaliteit. Mensen zijn bang dat het goedkoop aanvoelt of snel kapot gaat. 5 van de 15 mensen noemden dat. En sommigen denken dat de prijs te goed is om waar te zijn. Daarom moet mijn branding vertrouwen uitstralen.

Okan Welke functies vinden ze het belangrijkste?

Ahmad: Hartslagmeting staat bovenaan - 6 van de 15 mensen. Daarna slaaptracking. Interessant is dat mensen het niet zo belangrijk vinden dat het alle functies heeft van een Oura Ring. Ze willen de basics, maar dan goed.

Platform Strategie

Okan: Je verkoop nu via je eigen website. Heb je plannen voor andere platforms?

Ahmad: Ja, dat is eigenlijk waar ik hulp bij nodig heb. Ik wil graag naar Bol.com, maar zij willen dat ik een merkregistratie heb. Dat kost tijd en geld. Amazon hetzelfde verhaal.

Okan: Heb je al gekeken naar de kosten van die platforms?

Ahmad Ja, en dat is een ding! Bol.com neemt 12,4% commissie, Amazon 15% plus allemaal extra kosten. Shopify kost me maar €21 per maand. Als ik 100 ringen verkoop, ben ik bij Bol.com €655 kwijt aan commissie, bij Amazon nog meer. Bij Shopify alleen die €21 plus wat transactiekosten.

Okan: Wat is dan je strategie?

Ahmad: Ik denk gefaseerd. Eerst focus op mijn eigen website, die professioneel maken. Dan merkregistratie regelen en naar Bol.com. Amazon misschien later, als ik bewezen heb dat het concept werkt.

Okan: Waarom Bol.com voor Amazon?

Ahmad: Nederlandse markt! Mensen vertrouwen Bol.com. En de commissie is lager. Ik heb ook gesproken met een expert, Yasar Can Yuksel, die veel succes heeft op Bol.com. Hij zei: begin daar, niet bij Amazon.

Marketing & Promotie

Okan: Hoe wil je KWmarkt gaan promoten?

Ahmad: Social media, vooral TikTok en Facebook. TikTok voor de jongere doelgroep, 25-35 jaar. Facebook voor de oudere groep, 35-45 jaar. Ik ga betaalde advertising doen omdat ik snel resultaten wil.

Okan: Heb je al content strategie bedacht?

Ahmad: Een beetje. Ik wil video's maken van mensen die de ring gebruiken tijdens sport, slapen, gewoon dagelijks leven. En vergelijkingen met Oura - laten zien dat onze ring bijna hetzelfde doet voor een fractie van de prijs.

Okan: Wat voor budget heb je voor marketing?

Ahmad: Ik begin klein, €500 per maand voor advertising. Als het werkt, schaal ik op. Maar eerst moet ik zorgen dat mijn website er professioneel uitziet, anders gooi ik geld weg.

Branding & Design Wensen

Okan: Wat voor uitstraling wil je dat KWmarkt krijgt?

Ahmad: Premium maar toegankelijk. Ik wil niet arrogant overkomen zoals sommige tech merken, maar ook niet goedkoop. Vertrouwenswaardig. Nederlands. Mensen moeten denken: dit is een serieus bedrijf waar ik veilig kan bestellen.

Okan: Heb je voorkeuren qua kleuren of stijl?

Ahmad: Goud vind ik nog steeds mooi voor premium gevoel. Maar het moet niet overdreven zijn. Misschien goud met zwart of wit? En het moet werken op alle platforms - website, social media, eventueel later Bol.com.

Okan: Wat zijn je biggest pet peeves bij andere websites?

Ahmad: Te veel tekst! Mensen hebben geen tijd. En websites die er goedkoop uitzien met slechte foto's. Of te ingewikkeld - mensen moeten in 10 seconden snappen wat je verkoopt en waarom het goed is.

Technische Requirements

Okan: Welke technische functies zijn belangrijk voor je website?

Ahmad: Responsive, want veel mensen kijken op telefoon. Snelle laadtijd. Goede foto's van het product. En heel belangrijk: Nederlandse betalingsopties. iDEAL is must-have.

Okan: Heb je al betalingen geregeld?

Ahmad: Ja, ik heb een zakelijke rekening bij ING en Shopify kan iDEAL. Dat werkt goed. Ik wil ook PayPal aanbieden en creditcard voor internationale klanten.

Okan En verzending?

Ahmad: PostNL. Gratis verzending vanaf €40, dus bijna iedereen krijgt gratis verzending. Dat is belangrijk voor conversie.

Concurrentie & Positioning

Okan: Hoe zie je de concurrentie? Niet alleen Oura, maar ook andere betaalbare opties?

Ahmad: Er zijn wel meer goedkope smart rings, maar die zien er echt goedkoop uit. Aliexpress rommel. Ik wil de eerste zijn die premium branding combineert met een betaalbare prijs in Nederland.

Okan: Wat is je unique selling point?

Ahmad Nederlands merk, Nederlandse klantenservice, 75% goedkoper dan Oura maar vergelijkbare kwaliteit. En ik ga echt investeren in klantenservice. Als mensen problemen hebben, krijgen ze binnen 24 uur antwoord.

Okan: Hoe ga je kwaliteit garanderen?

Ahmad: 30 dagen geld terug garantie. En ik test elk nieuw batch samples voordat ik bestel. Mijn leverancier is betrouwbaar, ik werk nu 6 maanden met ze.

Toekomstplannen

Okan Waar zie je KWmarkt over een jaar?

Ahmad: Ik hoop verkopen via eigen website, Bol.com, en misschien Amazon. Merkregistratie rond. En mogelijk uitbreiden naar meer producten - niet alleen smart rings, maar meer betaalbare health tech.

Okan: Andere producten zoals?

Ahmad Smartwatches, fitness trackers, misschien slimme weegschalen. Maar altijd hetzelfde concept: premium kwaliteit voor betaalbare prijs.

Okan: Wat zijn je concrete doelen voor dit jaar?

Ahmad: 500 ringen verkopen via eigen website. Merkregistratie afronden. Bol.com listing live krijgen. En break-even worden - dat kan bij ongeveer 300 verkopen.

Uitdagingen & Zorgen

Okan: Wat zijn je grootste zorgen voor de toekomst?

Ahmad: Merkregistratie duurt lang. En ik ben bang dat als ik te lang wacht, andere Nederlandse ondernemers hetzelfde idee krijgen. De markt is er, maar ik moet snel professioneel worden.

Okan: En operationeel?

Ahmad: Voorraad management. Nu doe ik dropshipping, maar als ik ga groeien moet ik misschien voorraad gaan houden in Nederland. Dat is een grote stap.

Okan: Waar verwacht je hulp bij nodig te hebben?

Ahmad: Branding en website design, dat is waarom ik met jou praat! En later misschien hulp bij marketing strategie. Ik ben goed in business, maar design is niet mijn kracht.

Afsluiting

Okan: Ahmad, heel veel dank voor dit uitgebreide gesprek. Ik heb een heel goed beeld gekregen van KWmarkt en je ambities. Heb je nog vragen voor mij?

Ahmad: Ja, denk je dat het realistisch is wat ik wil? Premium uitstraling tegen deze prijs?

Okan: Absoluut. Goede branding kan veel doen. Kijk naar merken zoals Xiaomi - zij bewijzen dat je premium kunt lijken zonder premium prijzen. Het draait allemaal om execution.

Ahmad: Mooi. Ik heb er veel vertrouwen in. Wanneer kunnen we beginnen?

Okan: Ik ga eerst een projectplan maken based op dit gesprek, dan kunnen we volgende week al starten met de eerste logo concepten.

Ahmad: Perfect. Ik kijk ernaar uit!

Samenvatting Key Insights

Business Model

- Positionering: "Betaalbare premium" - 90% functies voor €45,95 vs €349
- Doelgroep: Nederlandse consumenten 25-45 jaar, health tech interesse

- USP: Nederlands merk met Oura-kwaliteit tegen 75% lagere prijs

Huidige Problemen

- Branding: Gehaaste logo en website, geen professionele uitstraling
- Conversie: Lage conversion rate door gebrek aan vertrouwen
- Platformtoegang: Merkregistratie nodig voor Bol.com en Amazon

Prioriteiten

1. Professionele branding - Logo en website redesign
2. Merkregistratie - Voor platform toegang
3. Platform strategie - Shopify → Bol.com → Amazon
4. Marketing launch - TikTok/Facebook advertising

Design Requirements

- Uitstraling: Premium maar toegankelijk, vertrouwenswaardig
- Kleuren: Goud voor premium gevoel, gecombineerd met zwart/wit
- Functionaliteit: Mobile-first, Nederlandse betalingen, snelle loading
- Content: Minimalistisch, duidelijke value proposition

Einde Transcriptie

Getranskribieerd door: Okan Uzer

Review status: Goedgekeurd door Ahmad Alhasoun