

cool
blue

BLAUWDruk.
De stijl van Coolblue.



MERK.

Een introductie.

Coolblue. Ooit begonnen met één simpel idee: MP3man.nl. Nu zijn we de onderneming achter meer dan 70 webwinkels in Nederland en België. Een eigenzinnig bedrijf voor en door eigenzinnige mensen.

Met een merk dat waarde toevoegt. Dat vertrouwen wekt met keiharde beloftes, gezonde ambitie en geloofwaardig specialisme. Dat staat voor supersnelle bezorging, ongekende klantenservice en gepassioneerde medewerkers. Als je Coolblue op een webshop plakt, werkt hij beter. En daarmee is het merk één van onze belangrijkste eigendommen.

Daarom hebben we dit handboek gemaakt. We willen je ermee helpen een Coolblue-ambassadeur te worden. We willen je helpen begrijpen waar het vandaan komt en waarop het is gebaseerd. We willen je helpen het consistent toe te passen.

Deze Blauwdruk is voor iedereen die werkt met het merk Coolblue. Dat ben jij ook. Dat is niet voorbehouden aan hippe vormgevers of breedspakige marketeers. Want met elke mail of gesprek, factuur of pakket, wat je ook doet, je draagt bij aan de uitstraling van Coolblue.



Coolblue is continu in ontwikkeling. Elke dag een beetje beter. Het merk ook. Kijk maar naar het versienummer onderaan deze pagina. Maar in al die verandering blijven we trouw aan ons merkwaarden (pagina 10). Dat is waarmee we ons onderscheiden, maar toch altijd onszelf blijven.

Groet,

Joost Bakker

LEAD DESIGNER.
Kan mooier.

joost@coolblue.nl

Nick Lenten

MANAGER MERK & COMMUNICATIE.
Merk je het al?

nick@coolblue.nl



INHOUD.

Wat er in zit.

2 **MERK.**

- 4 Inhoud
- 5 Coolblue
- 6 Geschiedenis

8 **MANIFEST.**

- 11 Gewoon verwonderen
- 12 Eigenzinnig
- 13 Vrienden
- 14 Flexibel
- 15 Gewoon, doen

16 **HUISSTIJL.**

- 17 Logo
- 19 Shoplogo's
- 21 Kleur
- 22 Letters
- 25 Beeld

29 **SCHRIJFSTIJL.**

- 30 Zinnen
- 32 Aanspreken
- 33 Slogans
- 35 Woorden
- 37 Spellens

38 **VOORBEELDEN.**

- 39 Papier
- 40 Envelop
- 41 Visitekaartje
- 42 Tasje
- 43 Folder
- 44 Poster
- 45 Kleding
- 46 Webwinkel
- 47 Winkelgevel
- 48 Coolbluesite
- 49 Webshops
- 50 Promo pakket

COOLBLUE.

Even voorstellen.

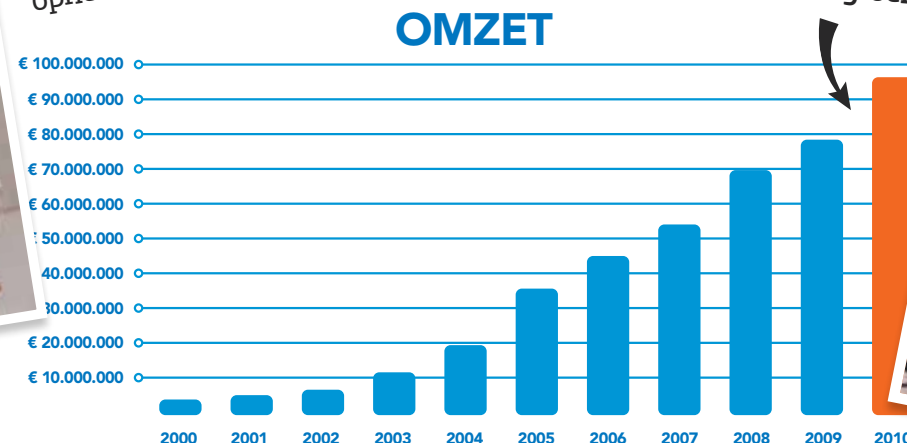
Coolblue gelooft in kennis. In focus. In specialisme. Wij groeien door beter te worden. Sinds onze oprichting in 1999 doen we daarom één ding; webwinkels maken waar we trots op zijn. Inmiddels leveren we consumentenelektronica in de Benelux via meer dan 70 gespecialiseerde webshops en 4 fysieke winkels. Een aanpak waarmee we al jaren op rij heel hard groeien in Nederland en België.



-  PDAshop.nl
 -  smartphoneshop.be
 -  telefoonshop.nl
 -  eReaderstore.be
 -  computerstore.nl
 -  laptopshop.be
 -  printershop.nl
 -  memoryshop.be
 -  digicamshop.nl
 -  videocamerashop.be
 -  GPSshop.nl
 -  MP3shop.be
 -  mediacentershop.nl
 -  consoleshop.be
 -  shavershop.nl
- Een paar van onze shops*



Pieter, Paul en Bart, de oprichters van Coolblue.



Nu met 250 Coolblue'ers

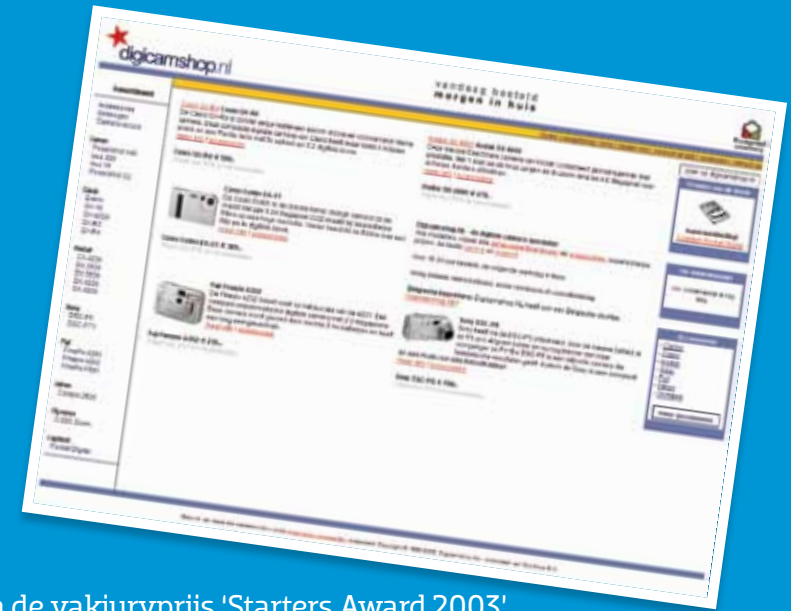
GESCHIEDENIS.

We kijken liever vooruit.

- 1999** Coolblue wordt opgericht door Pieter Zwart, Paul de Jong en Bart Kuijpers.
- 2000** Lancering Mp3man.nl.
- 2001** Lancering PDAshop.nl.
- 2002** Lancering **Digicamshop.nl**, Mp3man.be, PDAshop.be, Digicamshop.be.
- 2003** Lancering iPAQshop.nl, Memoryshop.nl.

Coolblue wordt genomineerd voor de publieksprijs van de Thuiswinkelawards 2003 en de vakjuryprijs 'Starters Award 2003'.

Opening **winkel in Rotterdam.**



- 2004** Lancering Smartphoneshop.nl.
Coolblue wordt genomineerd voor de publieksprijs van de Thuiswinkelawards 2004 en de vakjuryprijs 'Webwinkel Award 2004'.
- 2005** Lancering Memoryshop.be, iPAQshop.be, Smartphoneshop.be, GPSshop.nl en Direct webshops.
Coolblue behaalt de 13e plaats in de Deloitte Technology Fast 500 EMEA.
Coolblue wint een FD-Gazellen Award (Provincie Zuid-Holland).
Coolblue eindigt als derde in Deloitte Technology Fast 50.
Coolblue wordt genomineerd voor de publieksprijs van de Thuiswinkelawards 2005.
Als eerste grote webwinkel in Nederland start Coolblue in 2005 met het aanbieden van iDEAL.
- 2006** Lancering Consoleshop.nl, Telefoonshop.nl, GPSshop.be en Consoleshop.be.
Coolblue wordt geselecteerd als finalist in de Entrepreneur of the Year 2006 competitie.

Coolblue sluit overeenkomst met TPG en wordt het snelst leverende internetbedrijf van Nederland: bestellingen geplaatst tot 19.30 uur worden de volgende dag bezorgd.

Coolblue wint de Rotterdamse Ondernemersprijs.

2006 Coolblue bereikt de twaalfde plaats in de Deloitte Fast 50.

Pieter Zwart wordt gekozen tot **Entrepreneur of the Year 2006**.

2007 Coolblue gaat nog sneller bezorgen: vóór 21.00 uur besteld, de volgende dag al in huis.

Opening winkel in Antwerpen.

Lancering UMPCshop.nl, UMPCshop.be, Ladyphoneshop.nl, Ladyphoneshop.be en Laptopshop.nl.

Coolblue wordt in de verkiezing 'website van het jaar 2007' verkozen tot beste shopping website.

2008 Lancering Shavershop.nl, Shavershop.be, Laptopshop.be, Householdshop.nl, Householdshop.be, Printershop.nl en Printershop.be.

Opening winkels in **Eindhoven** en **Groningen**.

Coolblue bezorgt je bestelling nog sneller: voor 22.00 uur besteld, morgen in huis.

Coolblue wordt voor de tweede keer op rij verkozen tot 'Beste shopping site' in de verkiezing website van het jaar 2008.

2009 Coolblue wordt genomineerd voor de Thuiswinkelawards publieksprijs 2009.

Coolblue lanceert 26 nieuwe specialistische webshops.

Coolblue.be wint de publieksprijs bij de BeCommerce Awards 2009 in de categorieën 'overall' en 'Consumentenelektronica'.

2010 Coolblue lanceert 20 nieuwe specialistische webshops.

Coolblue breidt de service nog verder uit; Ook abonnementen die voor 22.00 uur besteld zijn, worden de volgende dag thuisbezorgd.

Coolblue wint de vakjury prijs 'Website Awards 2010' en de publieksprijs in de categorie telecom bij de Thuiswinkel Awards 2010.

Coolblue.be wint de publieksprijs bij de **BeCommerce Awards 2010** in de categorie 'Elektronica' en de juryprijs in de categorie 'B2B'.

2011 Coolblue lanceert nieuwe huisstijl.

Coolblue opent nieuw distributiecentrum met 5.000 m² ambitie.

Coolblue wint voor de 2^e keer op rij de publieksprijs telecom bij de **Thuiswinkel Awards**.



MANIFEST.
Eigenlijk is het heel simpel.

Coolblue. Ooit begonnen als studentenbedrijf. Nu een cross-channel retailer die respect afdwingt. Alom gekopieerd, nooit goed nagedaan. Stap voor stap hebben we iets bijzonders neergezet. IJzersterke processen op logistiek. Een schaalbaar IT-fundament. Obsessieve klantvriendelijkheid. Een innovatief winkelconcept. Specialistisch productmanagement en efficiënte marketing.

Ons geheim is onze bijzondere bedrijfscultuur. Begonnen als vriendenclub, nog steeds een vriendenclub – maar dan één van professionals. Dat trekt ambitieuze, ondernemende mensen. Trots en behulpzaam. Zelfkritisch, vooruitdenkend, vriendelijk, klantgericht.

We groeien hard, heel hard. Elk jaar verwelkomen we vele nieuwe collega's. En dan wordt één ding heel belangrijk: dat iedereen onze cultuur omarmt, ons bedrijf snapt en ons concept kan uitdragen.

Als je groot bent, ontstaan ook Grote Vragen. Waar gaan we heen? Wie zijn we? Waar doen we het voor? Met een paar krijg je nog dezelfde antwoorden. Met meer gaat dat wat lastiger. Maar eigenlijk is het heel simpel. Je kunt het zelfs vatten in een plaatje: het merkvizier (pagina 10). Daarin staan vier waarden en dat wat ze met elkaar vormen: de merkessentie.

Het beschrijft wie we zijn. Of beter: willen zijn. Het is onze ambitie, iets waar we naartoe werken. Elke dag klopt het iets beter. Ook dankzij jou. Want jij kan elke dag iets verzinnen en doen waardoor Coolblue er meer aan voldoet. Dat kan met iets groots, dat kan met iets kleins. Een verleidelijke vacaturetekst. Als enige dat gekke product opnemen. Een functionaliteit bouwen waarvan je denkt: cool. Een klant niet zomaar blij maken, maar heel erg blij maken. Bij elkaar opgeteld vormt dit een stortvloed aan verandering en verbetering. Maar terwijl alles verandert, blijven onze waarden steeds hetzelfde.



EIGENZINNIG.

Dus een beetje anders.

**GEWOON
VERWONDEREN.**
Ontzettend Coolblue.

GEWOON, DOEN.

Elke dag een beetje beter.

VRIENDEN.

Eerlijk, direct, open.

FLEXIBEL.

Durven veranderen.

GEWOON VERWONDEREN.

Ontzettend Coolblue.

Gewoon verwonderen. Twee woorden die elkaar tegenspreken. Maar juist daarom zo ontzettend Coolblue zijn. We zijn eigenzinnig én enorm nuchter.

Verwonderen betekent verwachtingen overtreffen. Iets anders doen dan een ander. Innovatie, net dat stapje extra zetten. Een emotie oproepen, de klik maken. Met klanten, collega's, relaties. Dat is niet alleen leuk, het geeft je ook smoel. Mensen praten over je, raden je aan. Aan vrienden, hun sociale netwerk, op internet, in de kroeg.

Het woordje gewoon zegt veel. Dat we verwonderen gewoon vinden (je bestelling op tijd binnen, dat is toch normaal?). Dat we verwonderen met gewone dingen (een

sms'je als je bestelling is ingepakt). En dat we vooral gewoon blijven als we verwonderen (niet geforceerd, niet over-the-top).



EIGENZINNIG.

Dus een beetje anders.

Coolblue'ers zijn eigenzinnig. Jong van geest. Dat vertaalt zich in kleine dingen. Een potje FIFA met schreeuwende collega's. Een nét iets te gezellige vrijdagmiddagborrel. Een smoelenboek vol photoshops. Mooie dingen. Gezelligheid, humor, het hoeft allemaal niet zo serieus. Jezelf kunnen zijn, samen met je collega's. Dat maakt het leuk om naar Coolblue te komen.

Die eigenzinnigheid verbindt ons. We zijn vaak ergens heel erg vóór of heel erg tegen. Dat is niet zwart-wit, dat is gepassioneerd. Over de wereld, het bedrijf, de producten die we verkopen. We zijn mensen met een mening, een onderbouwde mening. Want we weten wél waarover we praten. Zo niet, dan doen we niet alsof. We gaan op onderzoek uit en komen terug als specialist.

Dat is gaaf. Dat is bijzonder. Dat is iets waar we trots op zijn. We verstoppen ons niet achter meningloze acteurs, grijnzende modellen, futloze teksten of een saaie website. Liever Tim, Jermain of Jorieke, die er écht wat van weten.

Wij zijn onszelf. Dat klinkt zo makkelijk, bijna een cliché. Maar kijk eens hoe weinig het gebeurt. Hoe anderen het waarderen. En hoe goed het voelt.



VRIENDEN.

Eerlijk, direct, open.

Er zijn weinig bedrijven waar zoveel collega's ook vrienden zijn.

Dat is onze kracht. Omdat je voor vrienden alleen het beste wilt. Omdat we het samen beter weten dan alleen. Omdat je tegen vrienden gewoon de waarheid vertelt. Omdat we de beste ideeën soms buiten werktijd bedenken. En omdat het gewoon leuk is.

Dat valt op. Bij klanten, die we obsessief tevreden willen maken. Bij leveranciers, die ons zien als langetermijnpartner. We geven zonder direct iets terug te verwachten. We zijn eerlijk en direct, ook als dat moeilijk is.

We doen wat we beloven. En we luisteren, staan open voor kritiek.

Vriendschap ontstaat alleen bij gelijkwaardigheid. Daarom kom je bij Coolblue niet snel iemand tegen in pak. Zit de directeur gewoon op de werkvloer. Spreken we klanten persoonlijk aan. We houden niet van lagen en hokjes, wel van respect. Voel het verschil tussen 'Hoe kan ik u van dienst zijn' en 'Wat kan ik voor je doen'. Het laatste is Coolblue.



FLEXIBEL.

Durven veranderen.

Coolblue verandert continu. Soms omdat het kan, soms omdat het moet. We zijn één van de snelst groeiende bedrijven van de Benelux in één van de snelst veranderende markten. Dat vraagt een hoop van medewerkers, business partners, systemen en processen. Flexibiliteit zit daarom in ons bloed. Kan dit systeem ook 100x zoveel bezoekers aan? Wat als er 1.000 mensen bij Coolblue werken?

We zijn altijd kritisch, willen altijd méér. We meten, experimenteren, trekken onderbouwde conclusies. Iedereen heeft een wensenlijst, weet 10 dingen die nu écht anders moeten.

Die instelling maakt ons uniek. Heel internet jact onze groene winkelmandknop en productteksten. Maar onze cultuur, creativiteit en flexibiliteit zijn door niemand te kopiëren.



GEWOON, DOEN.

Elke dag een beetje beter.

Niet lullen, maar poetsen. Geen woorden, maar daden. In Rotterdam hebben we er genoeg gezegdes voor. Coolblue heeft een nuchtere ondernemersmentaliteit en daarmee is alles en iedereen doordrenkt: gewoon, doen.

Je idee is niets waard zonder uitvoering. Wacht niet tot je idee perfect is, want in onze markt ben je dan te laat. Het maakt niet uit hoe briljant je idee is, maar hoe goed je het uitvoert.

Coolblue is groot geworden door elke dag een beetje beter te worden. Meer met minder, stap voor stap, detail na detail: gewoon, doen.

Niet alles lukt meteen, niet al onze ideeën zijn meteen goed. Maar we durven en doen. We maken fouten, leren ervan en worden steeds beter. We geloven dat dit de snelste weg naar succes is: gewoon, doen.

Dus droom, plan en voer vooral uit. Hoe beter jij en je team worden in uitvoeren, hoe succesvoller je ideeën worden. En dat kun je leren: gewoon, doen.

Dus pak dingen op en maak ze af. Shoot-to-kill. Laat geen halve projecten liggen want daar heeft niemand wat aan. Een scherp plan wordt pas echt scherp als je het gewoon doet. Dus zeg 't, bel 'm, zet de volgende stap.

Gewoon, doen!

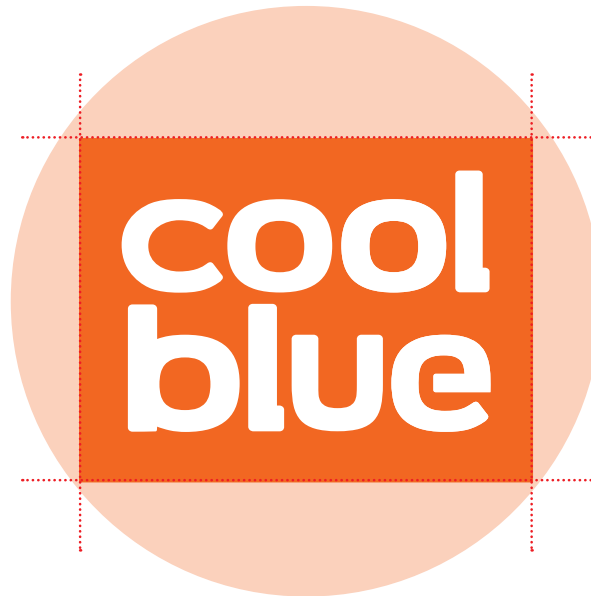


HUISSTIJL.

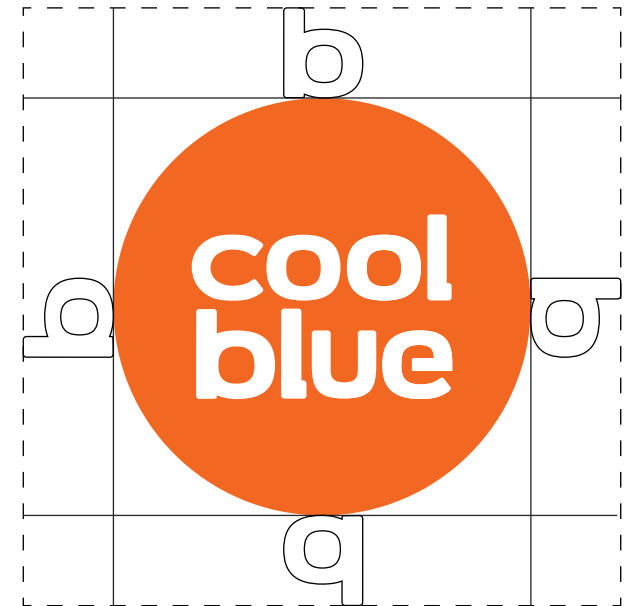
Iets met een logo.

LOGO. Wildplakken.

Het Coolblue-logo is in verwonderend oranje. En duikt vaak eigzinnig op in allerlei hoeken. Dan weer links in een hoek, dan weer als sticker dwars over alles heen. Maar je ziet 'm bijna nooit volledig. Snij het logo dus waar mogelijk aan, maar houd genoeg ruimte voor de tekst. Ontkom je er echt niet aan het volledige logo te gebruiken? Zorg dan dat je wel genoeg ruimte vrijhoudt rond het logo.



Kadergrenzen bij afsnijding logo.



Minimale witruimte bij volledig gebruik.

cool
blue

cool
blue



Het Coolblue-logo staat altijd op een witte of blauwe achtergrond, is altijd een cirkel, altijd volledig gevuld en altijd oranje. Hoewel, bijna altijd. Met een zwart-wit-printer wordt het immers wat lastig. Gebruik dan geen grijswaarden, maar volledig zwart.



Geen kleuraanpassingen van de vorm en/of de naam



Geen 3D- of schaduweffecten in de vorm en/of de naam



logo kleur



Logo op blauwe achtergrond



Geen vervorming van de cirkel



Geen gebruik van naam zonder cirkel



logo zwart



Logo alleen op witte of blauwe achtergrond



Geen kleuraanpassingen van de vorm en/of de naam



Geen andere vorm dan de cirkel



SHOPLOGO'S.

Herkenningpunt.

Coolblue weet zelf niks van producten. Onze shops wel. Gebruik voor communicatie over producten dus altijd de shoplogo's. Om duidelijk te maken dat het onderdeel is van Coolblue, zet je er altijd het Coolblue-logo voor. Als het al overduidelijk is dat het om Coolblue gaat of het Coolblue-logo er zeer dicht in de buurt staat – bijvoorbeeld in de header van de shops – kun je dit weglaten.

Het shoplogo bestaat altijd uit kleine letters, hoofdletters worden alleen gebruikt wanneer er een afkorting in het logo voorkomt. Bijvoorbeeld: PDA, GSM, GPS.

Een shoplogo staat altijd op een witte achtergrond en wordt omringd door voldoende witruimte, om voldoende contrast met andere elementen te genereren.



Witruimte bepalen

CHECK.

- ✓ Logo bestaat enkel uit kleine letters, tenzij er een afkorting instaat
- ✓ Logo eindigt met .nl of .be
- ✓ Coolblue-logo staat links van shoplogo
- ✓ Middenstuk tekst lijnt uit met Coolblue-tekst in Coolblue-logo
- ✓ Product: Avenir 95 Black - zwart
- ✓ Shop: Avenir 55 roman - blauw



Goed en fout.

Hiernaast vind je een aantal voorbeelden van goede en foute toepassingen van de Coolblue shoplogo's. Hoewel dit niet elk mogelijke scenario afdekt, zou het je een goed inzicht moeten geven in wat wel en niet kan.

FOUT.

 **Smartphones**shop.nl

 **bluRaySpelers**shop.nl

 **telefoon**shop.nl

 **GSM**store.be

consoleshop.nl 

 **computer**store.nl

 **MP3**shop.nl

 **headset**shop

 **laptop**shop.nl

 **headset**shop.nl

 **telefoon**shop.nl

GOED.

 **smartphones**shop.nl

 **blurayspelers**shop.nl

 **telefoon**shop.nl

 **GSM**store.be

 **console**shop.nl

 **computer**store.nl

 **MP3**shop.nl

 **headset**shop.be

 **laptop**shop.nl

 **headset**shop.nl

 **telefoon**shop.nl



KLEUR.

Oranje is het nieuwe blauw.

Blauw en oranje. Twee kleuren die perfect bij elkaar passen. En bij het juiste gebruik samen zeer herkenbaar zijn. Oranje is opgewekt en vrolijk en heeft een lekker eigenzinnig contrast met ons blauw. Welke kleuren je kunt gebruiken zie je hieronder.

PANTONE - voor drukkers.



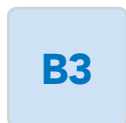
PMS Orange 021 C
PMS Orange 021 U



PMS 2925 C
PMS 2995 U



PMS 2935 C
PMS 3005 U



PMS 290C
PMS 290U



PMS Process Black C
PMS Process Black U

RAL - voor schilders.



RAL 2004
Pure orange



RAL 5015
Sky blue



RAL 5017
Traffic blue



Geen RAL kleur
beschikbaar



RAL 9004
Signal black

CMYK - voor printers.



C 0
M 74
Y 100
K 0 C



C 85
M 24
Y 0
K 0



C 100
M 46
Y 0
K 0



C 17
M 5
Y 0
K 0



C 0
M 0
Y 0
K 95

RGB - voor beeldschermen.



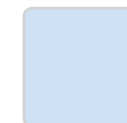
R 255
G 102
B 0
#FF6600



R 0
G 144
B 227
#0090E3



R 40
G 93
B 171
#285DAB



R 204
G 233
B 249
#CCE9F9



R 17
G 17
B 17
#111111



LETTERS.

Tot in de puntjes.

Het merk Coolblue werkt veel met tekst. Een feit met een oranje •, gevolgd door een eigenzinnige slogan. Het bouwt daarbij op twee sterke lettertypes: Avenir en DobraSlab. Hieronder zie je welk lettertype je wanneer gebruikt.

Avenir LT Std 55 Roman

Avenir Roman wordt gebruikt in shoplogo's.

Avenir LT Std 95 Black

Avenir Black wordt gebruikt in feiten en shoplogo's.

DobraSlab Book

DobraSlab Book wordt gebruikt in bodytekst en slogans.

DobraSlab Medium

DobraSlab Medium wordt gebruikt in kopjes van alineas tekst.



Letters gebruiken we vooral voor feiten en slogans. Soms is het even zoeken naar de juiste verhouding voor een slogan. Probeer het feit en de slogan altijd met elkaar te laten uitlijnen. Wanneer het feit hierdoor extreem groot wordt, of de slogan onleesbaar, mag je van deze regel afwijken.

De lettergrootte van de het feit moet altijd minimaal twee punten groter zijn dan de slogan.

Wanneer het niet mogelijk is om het feit en de slogan op elkaar uit te lijnen, wordt het geheel links uitgelijnd.

FEIT. En een slogan.

B2

Avenir 95 Black
Alles in kapitalen.
-25px letterafstand

O

Avenir 95 Black
Altijd een punt achter
het feit.

B1

DobraSlab Book
Start met hoofdletter,
eindigt met een punt.
Regelhoogte gelijk
aan lettergrootte.

FEIT. En een slogan.

WIT

Avenir 95 Black
Alles in kapitalen.
-25px letterafstand

O

Avenir 95 Black
Altijd een punt achter
het feit.

B1

Achtergrond

B3

DobraSlab Book
Start met hoofdletter,
eindigt met een punt.
Regelhoogte gelijk
aan lettergrootte.



JA.
Ik kom.

~~**JA.**
Ik kom naar het leverancierscongres.~~

~~**JA.**
Ik kom.~~

AANSPREKEN.
Doe je zo.

~~**AANSPREKEN.**
Doe je zo.~~

~~**AANSPREKEN.**
Doe je zo.~~

FLEXIBEL.
Durven veranderen.

~~**FLEXIBEL.**
Durven veranderen.~~

~~**FLEXIBEL.**
Durven veranderen.~~

BEELD.
Mooier kunnen we het niet maken.

~~**BEELD.**
Mooier kunnen
we het niet maken.~~

~~**Beeld.**
MOOIER KUNNEN WE HET NIET MAKEN!~~



BEELD.

Mooier kunnen we het niet maken.

We zijn wie we zijn en daar zijn we trots op. We verstoppen ons niet achter acteurs: wat je ziet is wat je krijgt:

- Echte mensen en echte situaties die een verhaal vertellen
 - In een herkenbare en authentieke omgeving die niet afleidt van de (hoofd) personen
 - Het camerastandpunt is dichtbij, niet te hoog en respectvol
 - We vermijden clichés en zorgen dat het niet (te) geposeerd is
 - Er is dynamiek, 'er gebeurt wat' en er wordt hard gewerkt
- Het lijkt een momentopname uit een film. Of anders gezegd: de fotograaf lijkt schijnbaar toevallig op het juiste moment aanwezig
 - De foto's zijn helder, scherp en met veel contrast
 - In elke foto komt iets van Coolblue naar voren; een blauwe map op het bureau, een koffiebordje op de achtergrond, of een logo op de polo van een Coolblue'er









Rommelig, geen duidelijk onderwerp



Teveel geposeerd



Niet menselijk, geen duidelijk verhaal

SCHRIJFSTIJL.

Maakt je punt.

ZINNEN.

Kort en goed.

Zinnen houden we **simpel** en begrijpelijk. Moeilijke dingen maken we makkelijk. Want we hebben **verstand van zaken** en laten dat graag zien. Als product- of vakspecialist, over een nieuwe laptop of een nieuwe website-functionaliteit. Met informatie die **relevant** is en waar je wat aan hebt.

Schrijven is met iemand praten via papier of een scherm. En daarin zijn we eigenzinnig, met een vleugje ironie en humor. We zijn positief maar nemen onszelf niet heel serieus. Onze klanten trouwens wel.

Daarom zijn we eerlijk. Zeggen we 'sorry' als dat nodig is en 'bedankt' als het kan. We hebben een hekel aan kleine lettertjes en moeilijke voorwaarden.

Liever doen we een duidelijke belofte. En werken we daarna wat harder om die waar te maken. Niet 'binnen 2 weken', maar 'op 5 januari'.

TIP.

Voor simpel schrijven zijn er veel trucjes. Eén is heel simpel. Wacht voordat je Word openklapt. En bedenk eerst rustig wat je wilt bereiken:

1. Wat is mijn boodschap; wat moet je lezer weten, voelen en doen?
2. Wat boeit dat? Waarom is je boodschap interessant voor je lezer?

Begin pas met schrijven als je dit in één korte, begrijpelijke zin kunt uitleggen.



FOUT.

WAAROM.

BETER.

Bij PDAshop.nl kun je een artikel binnen 14 dagen ruilen of retourneren. (RMA-voorwaarden)	Geen empathie voor het probleem van de klant, geen belofte, lange zin.	Niet tevreden over je aanschaf? Stuur het binnen 14 dagen terug. Helemaal gratis, via ons antwoordnummer. Binnen 4 dagen ruilen we dan het product om. Of storten we als je wilt het geld terug.
Volgens ons kan je met de SX210 zeker niets fout doen. (Facebook-post)	Toont geen verstand van zaken en is bovendien negatief geformuleerd.	De camera-specialist van Digicamshop.be adviseert je de SX210, omdat ...
Je bestelling ligt voor je klaar. (In e-mail naar klant)	Laat niet zien dat we er zelf iets voor gedaan hebben.	We hebben je bestelling voor je klaargelegd.
A Galaxy far, far away. (Slogan bij een Samsung Galaxy)	Star Wars is niet relevant als je je product uitzoekt.	Een soort iPhone.
PDAshop.nl werkt hiervoor samen met VATfree.nl, je hoeft hiervoor dus geen contact met ons op te nemen. (In de klantenservice-tekst)	Bukken naar VATfree om contact te minimaliseren, in plaats van er een mooie belofte of propositie van te maken. Bovendien een lange zin.	Coolblue werkt hiervoor samen met VATfree.nl. Zodat je snel en eenvoudig je BTW terugkrijgt.
De HTC Desire heeft alles in huis om je diepste verlangens in je los te maken. (Producttekst Desire)	Flauwe woordspeling op een door fabrikant bedachte productnaam i.p.v. relevant productspecialistisch advies.	De HTC Desire is de Android die je echt wil hebben.
Daarom willen we het anders doen. (Introductiebrief merk)	Inactief en geen belofte.	Daarom gaan we het anders doen.
Coolblue werkt continu aan een nog verdere verbetering van zijn klantenservice.	Dat kan compacter.	Coolblue verbetert zijn klantenservice continu.
Wij willen je graag informeren over de verhuizing van onze afdeling Returns & Repairs.	We kiezen er in onze communicatie voor de actieve vorm te gebruiken. Dit is duidelijk en bondiger.	Onze afdeling Returns & Repairs gaat verhuizen.



AANSPREKEN.

Doe je zo.

Zeg maar je tegen u...

Coolblue is een je-bedrijf. Daarom zeggen we 'je' op onze websites, in onze nieuwsbrieven, op informele kanalen zoals social media en tegen mensen die we goed kennen.

Je = productteksten, klantenservice-informatie, advertenties, leveranciers

...maar gebruik 'u' bij direct contact

Heb je direct contact, in persoon, via e-mail of telefoon? Vraag je om persoonlijke gegevens? Spreek je gesprekspartner dan aan met 'u'.

U = checkout, orderbevestiging, e-mails, winkelcontact, telefonisch contact



SLOGANS.

Met een punt.

Bij Coolblue verwonderen we met woorden.
Met een punt.

FEIT. Beschrijft in de meest simpele term – bij voorkeur in het Nederlands – waar het over gaat. Geen zin, maar een woord: liefst één, maar maximaal drie.

Slogan. Een korte, positieve zin die het feit verduidelijkt, eigzinnig maakt, het uniek maakt voor Coolblue en/of waar onze mening in doorschijnt.

De combinatie van beide is een knipoog, zet je op het verkeerde been of laat je lachen.

CHECK.

- ✓ Er staat een punt achter zowel het feit (een oranje) als de slogan (een normale)
- ✓ Feit is altijd in hoofdletters
- ✓ Slogan begint altijd met een hoofdletter
- ✓ Vermijd uitroeptekens, dat staat zo corny!!!!!!
- ✓ Check je spelling en grammatica



8 regels voor een goede Coolblue-woordencombinatie:

REGEL.

FOUT.

BETER.

<p>1. Of de slogan, of het feit is eigenzinnig.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kies een normaal woord en wees lekker eigenzinnig in de slogan. • Of kies een verwonderend feit en ondersteun dat met een voor de hand liggende zin. 	<p>PEN. Voor notities.</p>	<p>TOETSENBORD. Kauwt zo lastig.</p>
<p>2. Wees positief, vermijd negativiteit en cynisme – we zijn een positief merk met positieve mensen.</p>	<p>TEAM OVERHEAD. Waar je begint met snijden.</p>	<p>SPECIALISTEN. Met een vak.</p>
<p>3. Vermijd (flauwe) woordgrapjes, die gaan vaak snel vervelen.</p>	<p>KAN TINE. Koffie zetten?</p>	<p>KANTINE. Tijd voor elkaar.</p>
<p>4. Zeg wat voor de hand ligt, dat is vaak al grappig genoeg.</p>	<p>KOFFIEAUTOMAAT. Kan ook thee zetten.</p>	<p>KOFFIE. Voor in je mok.</p>
<p>5. Fonetische woordspelingen en rijm komt maar zelden leuk over.</p>	<p>TROFEE. Wat moet je er mee.</p>	<p>MARKETING. Merk je het al?</p>
<p>6. Vermijd 'omdat', 'zodat' en afgeleiden, het is zonder ook duidelijk dat het bij elkaar hoort.</p>	<p>ENVELOPPEN. Omdat die brief ergens in moet.</p>	<p>ENVELOP. Die brief moet ergens in.</p>
<p>7. Schrijven is vooral schrappen. Minder woorden is vaak ook beter. Kijk wat je allemaal weg kunt laten.</p>	<p>VOORBEELDEN. Beter goed gekopieerd dan slecht verzonnen.</p>	<p>VOORBEELDEN. Goed gekopieerd.</p>
<p>8. Val niet in herhaling. Zeg in de slogan iets anders dan in het feit.</p>	<p>VERGADERHOK. Voor meetings.</p>	<p>VERGADEREN. Omdat het moet.</p>



WOORDEN.

Mooie dingen.

Woorden kunnen vaak simpeler. Zeg 'nu' in plaats van 'op dit moment', 'doe' iets, in plaats van dat je het 'effectueert' en doe iets 'voor' je klant, niet 'ten behoeve van'.

SAAI.

COOLBLUE.

FAQ	Vragen en antwoorden.
Helpdesk	Klantenservice / Productspecialisten
Retouren	Service
Vacatures	Werken bij Coolblue
Gadgets	Elektronica
Jong en dynamisch	Eigenzinnig
Managen	Gewoon, doen / organiseren
Strategie	Plan
Fullfilment	Inpakken
Warehouse / DC	Magazijn

SAAI.

COOLBLUE.

Target	Doel
Dashboard	Overzicht
Fan/follower	Vriend
Artikel	Product
Experts	Specialisten
Personeel	Medewerkers
Ongedwongen	Bevlogen
Gespecialiseerde klantenservice	Specialisten op de klantenservice
Consument	Klant
Geen verzendkosten	Gratis verzending



En dan dit... **Business!** Bij deze...
Heb je even? Wat kan je wel?
Faalbokaal
Rang! **Koffie!** Je weet toch Kwartaalschaal
Tuurlijk **Duurt lang, saai!** Draaier Faalkoeken
Stukje... Goed bezig! **Gewoon, doen.** Bij mij niet zenne **Do it!**
Mooie dingen! Kláááp! ■ Doen! ■ 2 woorden, 9 letters
Cool Die maar doen? Omdat het kan
Twee keer! **Doe het!** Shinen!
Waanzin! Vliem, vloem, vlam! ...nog lang geduurd.
Ringeloratie
Ooowkeeeeeeej
Vlaggenschip
Schaamteloos!
Klaphengst
Mooi verhaal
Mooi ding jah
Komt ie
Dus...

Echte Coolblue woorden.

SPELLEN.

Want BrEeZaH is zó 2007.

Toegegeven, we hebben fonetisch niet de makkelijkste naam ('spreek ik met koeboe?'). Maar dat betekent niet dat we 'm niet goed kunnen spellen. Dat geldt trouwens ook voor onze shops.

- Schrijf het als één woord, zonder streepjes of spaties
- Start met een hoofdletter
- Gebruik ook hoofdletters voor afkortingen (PDA, MP3)
- Gebruik geen lidwoord (we zijn niet de PDAshop maar PDAshop.nl)
- Schrijf shops altijd inclusief .nl/ .be (dan weten ze ons te vinden)
- Maar Coolblue zoveel mogelijk zonder (want we zijn een merk, geen website)
- Vermeld de juridische entiteit (B.V./N.V.) alleen wanneer relevant

FOUT.

Cool blue, Cool-blue, Cool Blue, CoolBlue, coolblue	Coolblue
Kom langs bij Coolblue BV	Kom langs bij Coolblue
Coolblue is 100% eigendom van Coolblue Holding	Coolblue N.V. is 100% eigendom van Coolblue Holding B.V.

GOED.

PDA shop	PDAshop.nl
MP3-shop	MP3shop.nl
Digicamshop	Digicamshop.nl
Gpsshop.nl	GPSshop.nl
smartphoneshop.nl	Smartphoneshop.nl
De Laptopshop	Laptopshop.nl

VOORBEELDEN.
Goed gekopiëerd.

PAPIER.

Voor in een envelop.

cool blue

COOLBLUE B.V.
Oudeijk 94, 5051AM Rotterdam

K.v.K. Rotterdam: 1234567890
ABN/AMRO nr.: 0987654321

Tel: (+31) (0) 10 798 89 99
Fax: (+31) (0) 10 212 53 51
Mail: info@coolblue.nl

Bedrijf
t.a.v. dhr. de Koning
Postbus 1
1111 XX ROTTERDAM

Capelle aan den IJssel,
5 januari 2011

Oranje. Het nieuwe blauw.

We zijn Coolblue aan het verbeteren.
Een nieuw logo, een nieuw merk, een vernieuwde website.
Daar willen we je graag iets over vertellen.

Dit jaar helpen we zo'n 600.000 klanten.
Via 63 webshops en 4 fysieke winkels.
Met 250 hardwerkende Coolblue'ers.
En werden we zelfs bekroond tot beste webwinkel.

Toch is de kans groot dat je nog nooit van ons hebt gehoord.

Want 95% van onze klanten is tevreden,
maar slechts 50% kent Coolblue.

Dat vinden we jammer, want we hebben zoveel te vertellen.
Dat we altijd gratis verzenden.
Dat bij ons voor 22.00 uur besteld altijd morgen in huis is.
Dat we elke dag onze webshops een beetje beter maken.

Daarom gaan we het anders doen.
Een herkenbaarder logo.
Nog meer Coolblue.
En makkelijker over onze shops bestellen.

Vanaf 5 januari is ons nieuwe merk live.
Dat is best een beetje anders dan nu.
Wij zijn er trots op.

Tot ziens op 5 januari.

Groet,
Coolblue

cool blue

consoleshop.nl
COOLBLUE B.V.
Oudeijk 94
3061 AM Rotterdam

Tel: (+31) (0)10 7988989
Fax: (+31) (0)10 2125351
Mail: klantenservice@consoleshop.nl

Factuur

H STUBBE
Hoekzijdestraatweg 142a
3331 TW BIGGENVEEEN

Klantnummer: 356784301
Factuurnummer: 1799369300
Factuurdatum: 5 januari 2011
Ordernummer: 33311067

Artikel	Demo	BTW	Prijs per stuk	Aantal	Prijs incl. BTW
Xbox 360 250 GB + Kinect + FIFA 11 + Fable I		19%	€ 499,00	1	€ 499,00
Xbox 360 Wireless Controller				1	
Xbox 360 250 GB + Kinect Bundle				1	
Speelnummer			1516101628		
FIFA 11 Xbox 360				1	
Fable III Xbox 360				1	
Forza Motorsport 3 + Halo: ODST Xbox 360		19%	€ 0,00	1	€ 0,00

Exclusief BTW	€ 377,40	Subtotaal	€ 499,00
19%	€ 71,70	Korting	€ -49,90
Totaal	€ 448,10	Totaal	€ 449,10

*Prijen op 12 november 2010 € 449,10

K.v.K Rotterdam 24330087 BTW NL810433941B01 Postbank 4871317 ING 680575766
Kijk voor alle informatie over facturen, resturen, debieten en garanties op <http://www.consoleshop.nl/facturen>

TOT SNEL
Bij factuur wordt gratis verzonden.

Brief

Factuur



ENVELOP.

Die brief moet ergens in.



VISITEKAARTJE.

Heeft een functie.



TASJE.

Voor mooie dingen.



FOLDER.

Weer eens wat anders dan een website.



Voorpagina

cool blue PDAshop.nl

htc

469,-

HTC DESIRE S
Overtreffende trap van telefonie.

Gemiddelde beoordeling
Gebaseerd op 2 gebruikersreviews

Na het daverende succes van de HTC Desire kon een opvolger niet uitblijven. Maar hoe overtreft je een toestel dat qua looks en mogelijkheden al ronduit imponerend was? De HTC Desire S lukt het, onder andere met zijn 3,7-inch Super LCD capacitef-touchscreen en Android 2.3. De 1 GHz-processor zorgt daarnaast voor snelheid. Tenslotte gooit het unibody-design overal waar je komt hoge ogen.

AANBEVOLEN
Voor de HTC Desire S.

18,-

SCREEN-PROTECTOR
Van Adapt.

18,-

MICRO-USB AUTOLADER
Van Veripart.

25,-

POUCH
Van HTC.

Beijk alle accessoires op PDAshop.nl

16 **VOOR 22.00 UUR BESTELD, MORGEN IN HUIS**
Dus maar één nachtje (niet) slapen.

ALTIJD GRATIS VERZENDING
Geen verrassingen.

Binnenpagina

cool blue digicamshop.nl

Canon

Ingebouwde draadloze flitserssturing

18-Megapixel CMOS-sensor

Full-HD EOS-filmmodus

3 inch kantelbaar LCD-scherm

9-punts AF-systeem

14-bits DIGIC 4-beeldprocessor

869,-

CANON EOS 600D + 18-55 IS II
Instapmodel met ambities.

✓ Gratis verzending

✓ Voor 22.00 uur besteld, morgen in huis

✓ Alle accessoires

✓ 34 gespecialiseerde webwinkels

✓ Groot assortiment

✓ Advies met verstand van zaken

Eddie 4. Aanbiedingen zijn geldig t/m 30 april 2011, zolang de voorraad strekt. Alle prijzen zijn in euro. Prijswijzigingen, druk- en zetfouten voorbehouden.

Achterpagina



POSTER.

Weer eens wat anders dan een folder.

VHOLDR CONTOURHD 1080P
Hands-free filmen in Full-HD.




279,-

- POINT OF VIEW-CAMERA**
1080p & 1080i
recorder
- 135° GROOTHOEKLENS**
Laat zien, buiten
beeld viden
- GOGGLE MOUNT**
Mounten eenvoudig
aan je helm
- KEIHARDE BODY**
Water- en
vibratiebestendig

cool blue videocamerashop.nl

BLACKBERRY® BOLD™ 9780
De Bold™ is nu nog beter.



449,-

- BLACKBERRY® 6.0**
bedieningsysteem
- 5 MP**
en uitbreidbaar
geheugen
- UNIVERSAL SEARCH**
voor het
terugvinden van
39 bestanden
- AZERTY**
toetsenbord

cool blue PDAshop.be

HTC DESIRE HD
Meer, beter, mooier en completer.



529,-

- 4,3"**
waterdicht
WVGA
touchscreen
- 8 MP**
met HD en video in
HD kwaliteit
- DOLBY MOBILE**
en Surround Sound
- ANDROID 2.2**
met HTC Sense

cool blue PDAshop.nl



KLEDING.

Als het cool is.



WEBWINKEL.

Waar je naar binnen kunt lopen.



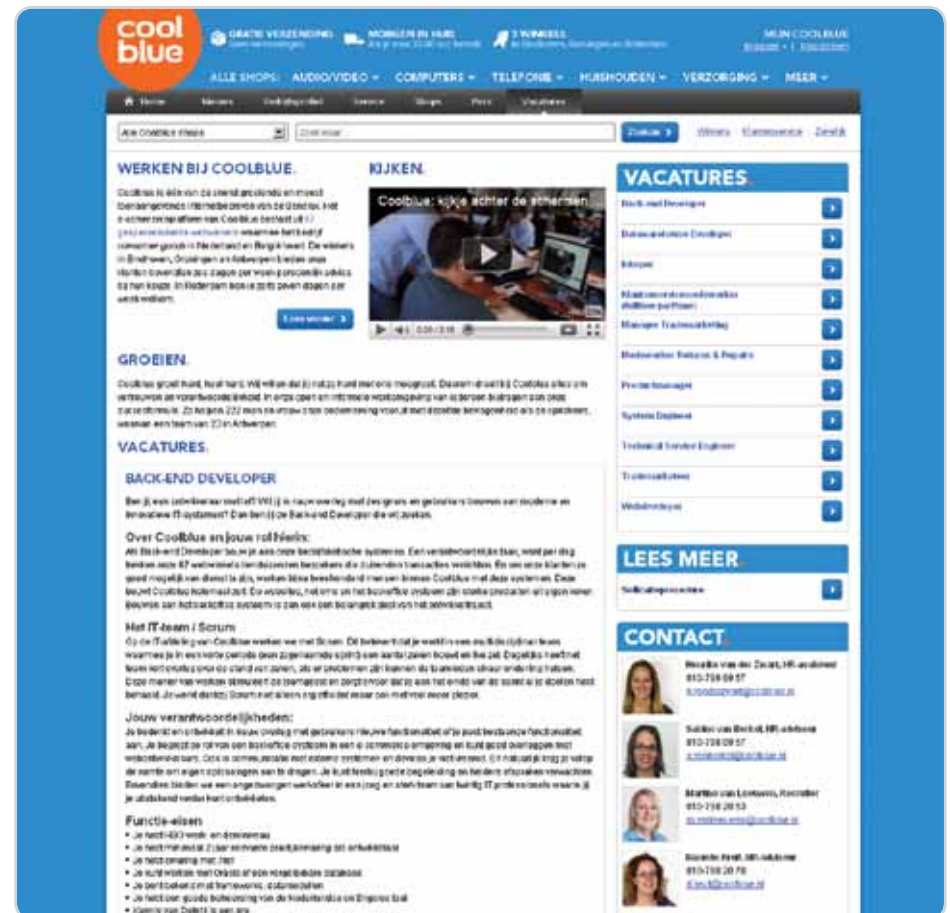
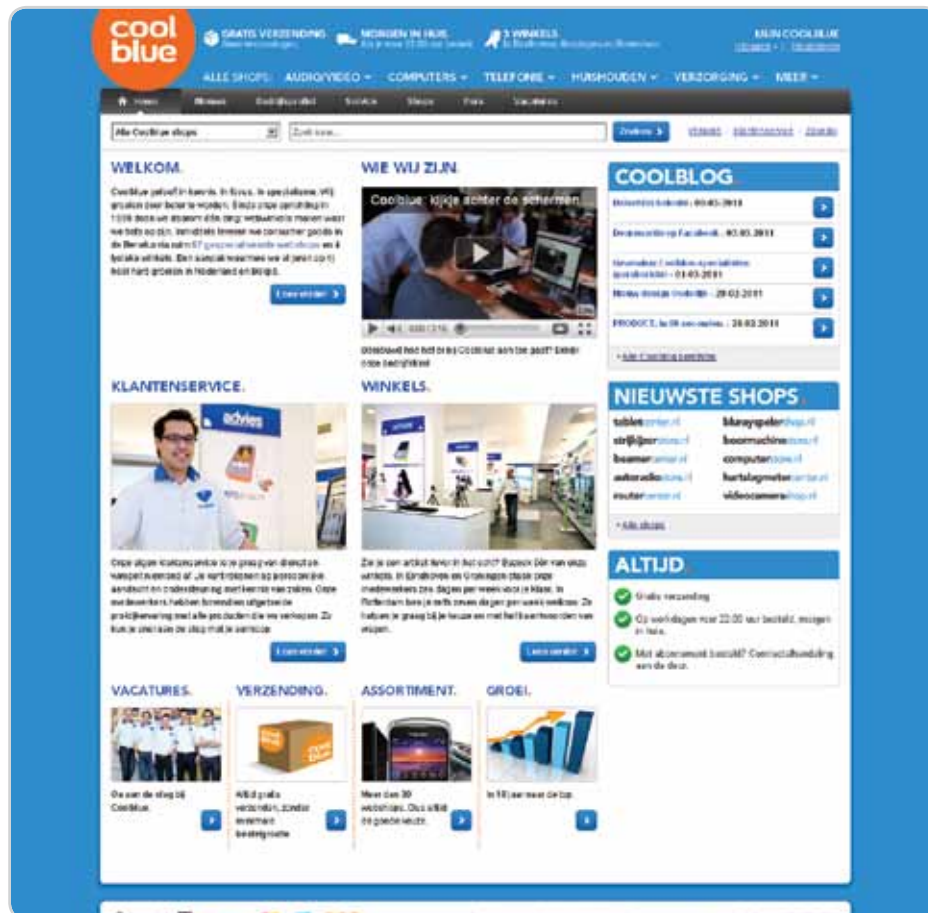
WINKELGEVEL.

Ons uithangbord.



COOLBLUE SITE.

Voor als je ons nog steeds niet kent.



WEBSHOPS.

Specialisten, onderdeel van Coolblue.

The screenshot shows the printershop.nl website. At the top, there's a navigation bar with categories like 'laptop', 'computer', 'digitaal', and 'beamer'. The main content area features an HP DeskJet 3050 All-in-One printer. The product title is 'HP DESKJET 3050 ALL-IN-ONE' with a price tag of €79,-. To the left, there's a 'MERKEN' section listing various printer brands and models. Below the product image, there are technical specifications and a table of features. A green 'WINKEL MANDJE' badge is visible in the top right of the product area. The bottom of the page shows social media icons and a 'Tot 41% voordeel' badge.

The screenshot shows the computerstore.be website. The navigation bar includes categories like 'laptop', 'headset', and 'router'. The main content area features several product listings. The top product is an Acer Aspire X3910 computer with a price of €549,-. Below it, there are listings for Apple iMac 21.5 and 27 inch models, HP Pavilion P6560BE Azerty PC, and Samsung Monitor BX2235 LED. Each product listing includes a small image, the product name, and key specifications. A green 'WINKEL MANDJE' badge is also present in the top right of the product area. The bottom of the page shows a 'LAATSTE' section.



**cool
blue**