

Sinterklaas en kerst zijn piektijden voor de verkoop van kinderspeelgoed. Liliane Limpens (43), ontwerper en producent van een houten, design poppenvilla voor gewone poppen, heeft de twee drukste maanden van het jaar net achter de rug. De startende ondernemer uit Limburg besloot met haar zelfgebouwde poppenvilla de markt op te gaan, na enthousiaste reacties uit haar kennissenkring.

Haar beide kinderen waren de eerste proefpersonen. 'Ik zocht voor hen een poppenhuis voor poppen van dertig centimeter. Zeg maar: de barbiepop voor meisjes en de Action Man voor jongens. Zo'n huis werd nergens verkocht en toen heb ik het zelf gebouwd.'

PRICEWATERHOUSECOOPERS

#### EEUWIGHEIDSWAARDE

De volledig ingerichte poppenvilla, met een verkoopprijs van 2200 gulden, vindt vooral aftrek bij de ouders met de hogere inkomens. Grootouders uit de modale inkomensgroepen schenken de villa aan hun kleinkinderen. 'Zo geven ze iets met eeuwigheidswaarde. Een derde categorie kopers wordt gevormd door de instellingen. Huisartsen en ziekenhuizen zetten de poppenvilla, waar zes kinderen tegelijkertijd mee kunnen spelen, in hun wachtkamers.'

Limpens gaf haar loopbaan in, onder meer, de journalistiek op om zich nadrukkelijk toe te leggen op de eerste vier levensjaren van haar kinderen. In deze periode ontwierp ze de poppenvilla, uitsluitend voor thuis. Een gerenommeerde fabrikant van houten speelgoed zag direct brood in het concept en produceert nu de huizen. Voor de verkoop wereldwijd heeft ze een Belgische agent ingeschakeld. Op dit moment is Liliane eindverantwoordelijk voor de productie. Bovendien is ze doende met de marketing en het updaten van de site [www.liliane.nl](http://www.liliane.nl)

Het mobiele speelmeubel is beperkt verkrijgbaar. 'Ik kies voor één exclusief verkooppunt per stad, de grote steden uitgezonderd,' zegt Limpens. Ze mikt heel bewust op het allerhoogste marktsegment. 'In de normale speelgoedwinkels tref je de villa niet aan, wel in De Bijenkorf en de kinderwarenhuisketen Sterre en Tijn.' De Bijenkorf in Amsterdam reageerde snel op de zeer gedetailleerde mailing naar een aantal topzaken. Liliane heeft inmiddels ook internationaal haar vleugels uitgeslagen. In België zijn vijf verkooppunten, München volgt binnenkort en Harrods in Londen heeft de poppenvilla "in beraad".

'Mijn strategie van exclusieve verkooppunten maakt dat de Nederlandse markt snel afgedekt is. Ik zou dus toch al heel snel de grens over moeten. De wereldwijde aanwezigheid van PricewaterhouseCoopers is een van de redenen waarom ik die onderneming als accountant koos. Dit in tegenstelling tot de meeste kleine ondernemers. Bovendien vond ik het imago van PricewaterhouseCoopers uitstekend bij de uitstraling van mijn product passen.' Toen de offerte voor een winst-en-verliesrekening van een lokale accountant en die van PricewaterhouseCoopers elkaar nauwelijks in prijs ontliepen, was haar keuze snel gemaakt.

Even opmerkelijk was Limpens' beslissing om de Liliane-poppenvilla niet in te zenden voor de prestigieuze prijs "Speelgoed van het jaar". 'Een voorwaarde is namelijk dat elke speelgoeddetailist het product moet kunnen inkopen en dat doorkruist mijn strategie.'

# deConnectie

E-BUSINESS / EXPATS / INTERIM MANAGEMENT / BEDRIJFSCULTUUR / FINANCIAL SERVICES