

Wat Kruidvat wil met Marketplace

09-11-2023 06:20



Branded content

Ben je als merk krachtig genoeg om te fungeren als online oriëntatiepunt waar shoppers hun zoektocht starten? Niet elke aanbieder kan zijn webshop transformeren tot marktplaats waar vraag en aanbod samensmelten. Fashionretailer Mango stopte onlangs met de verkoop van het assortiment van anderen op zijn Marktplaats. Kruidvat doet precies het omgekeerde.

“Een strategische keuze in onze online en offline strategie”, zegt Roland van den Berg, online business director bij Kruidvat en vanuit moederorganisatie A.S. Watson verantwoordelijk voor de e-commerce in Benelux.

Kruidvat is met bijna 1.250 vestigingen in Nederland en België ruim vertegenwoordigd in de winkelstraat. Een winkel waar we voor zelfzorggeneesmiddelen, shampoo, luiers en pleisters komen – en in aanloop naar feestmaand december natuurlijk ook voor speelgoed. Dat toch al royale kernassortiment zal nu flink groeien. Onlangs startte het bedrijf namelijk met een marktplaats onder zijn eigen vlag: Kruidvat Marketplace. Vanuit deze formule worden vertrouwde productcategorieën voortaan aangevuld met online producten van geselecteerde aanbieders en leveranciers.

Kruidvat trapt af met de babycategorie. “Het aanbod babyproducten is belangrijk voor onze klanten en we zijn hiermee een grote speler in de markt”, zegt Van den Berg. “Het is niet voor niks dat meer dan de helft van alle baby’s in ons land Kruidvat-luiers draagt. Het is voor ons een logische stap om onze Marketplace te lanceren met een assortimentsverrijking voor deze categorie. Veel aankomende ouders starten hun zoektocht naar babybenodigdheden namelijk online. Met onze Marketplace maken we het hen nu makkelijker om alle artikelen

voor elke mijlpaal, van zwangerschap tot peuter, op één plaats te vinden. Dus ook kinderwagens, wip- en autostoeltjes, ledikantjes en rompertjes in alle maten.”

Kruidvat **1975** oprichting

Sinds **2002** onderdeel van A.S. Watson

1.250 winkels NL en BE

25.000 medewerkers

3.000 babyartikelen op marketplace

Onderdeel van IT-landschap

Met de lancering van de marktplaats breidt de voordeeldrogist zijn assortiment in de babycategorie in één klap uit van 750 naar zo'n 3.000 artikelen. “Kruidvat verstevigt hiermee zijn positie als omnichannelretailer en wil zo een echte ‘one-stop-shop’ worden waarbij we starten met de ouders als doelgroep”, vervolgt Van den Berg. “Maar we zetten niet de poort open voor iedereen die babyproducten verkoopt. We starten met een select aantal leveranciers. Deze verkopers profiteren van onze sterke positie en het bereik van onze bijna 3 miljoen websitebezoekers per week. Leveranciers committeren zich daarbij aan onze kwaliteitscriteria. Liever een kleiner aantal partners waarmee we goed kunnen samenwerken dan partijen waarvan we niet weten waar ze hun spullen vandaan halen, wat ze bieden en hoe zorgvuldig ze zijn in de verzending van bestellingen. Zo zorgen we dat Kruidvat Marketplace-kanten de service krijgen die ze van ons gewend zijn. Prijs, kwaliteit en voordeel blijft de basis van onze klantbelofte, ook voor de Kruidvat Marketplace.”

Zo'n nieuwe klantreis soepel faciliteren is zeer complex en uitdagend qua techniek. De afgelopen maanden investeerde A.S. Watson daarom met implementatiepartner KPS veel tijd en energie om alles goed voor te bereiden. “Vanuit de consument gezien is de marktplaats geen vervanging van de bestaande webshop, maar biedt het onlinekanaal van Kruidvat straks simpelweg een veel rijker product assortiment”, zegt Raimond van het Reve, countrymanager Benelux bij KPS. “Volledige harmonie tussen alle systemen was daarom zowel in technisch als functioneel opzicht de absolute voorwaarde voor een succesvolle lancering.”

Met de technologie van Mirakl en de expertise van KPS is de kersverse marktplaats inmiddels volledig geïntegreerd in het bestaande IT-landschap van Kruidvat. “Kruidvat is als merk dusdanig verankerd in het Nederlandse winkelstraatbeeld dat het voor KPS een eer is om ‘aan de wieg te staan’ van de marktplaats. Voor ons is dit de tweede markt plaats-introductie die we voor A.S. Watson hebben begeleid. We zijn trots dat we samen met de teams van Kruidvat en Mirakl deze mijlpaal hebben bereikt.”

Precies een jaar geleden begeleidde KPS ook al de lancering van de Superdrug Marketplace in de UK. Ook deze beauty & fashionretailer valt onder de vlag van A.S. Watson. In 2022 ontving KPS de titel van Global Marketplace Partner of the Year, overhandigd door Mirakl tijdens het jaarlijkse partnerevenement in Parijs.

“We hebben de strategische keuze voor het marktplaatsmodel in vroege fase uitvoerig getoetst in diverse verkennende workshops”, aldus Van den Berg. “En met de ervaring vanuit Superdrug nog vers in het geheugen

kon KPS ons Kruidvatteam vrijwel direct duidelijkheid geven over de do's & don'ts met daarbij de concrete geleerde lessen. Denk hierbij aan zaken rondom de businesscase, randvoorwaarden, bottlenecks en technische uitdagingen. Minstens zoveel aandacht ging daarbij uit naar de menselijke kant van het verhaal. Deze workshops zien wij nadrukkelijk als een van de succesfactoren bij dit uiterst complexe project."

Met de marktplaats breidt Kruidvat zijn baby-assortiment uit van 750 naar zo'n 3.000 artikelen

Alles voor elke mijlpaal

Hoe Kruidvat Marketplace zich zal ontwikkelen? *"Proof of the pudding is in the eating*, dat weten we pas later", zegt Van den Berg. "Belangrijker op korte termijn vind ik dat we een goede marktplaats voor onze klanten neerzetten waarin processen, Kruidvat en onze partners elkaar versterken. Het is een nieuwe business voor ons, aan hoge verwachtingen willen we ons niet wagen. Liever zie ik op korte termijn dat Kruidvat Marketplace onze propositie versterkt doordat we het onze klanten nog makkelijker maken al hun artikelen voor elke mijlpaal, van zwangerschap tot peuter, op één plaats te vinden."

Aandacht voor deze uitbreiding in winkelgemak zal Kruidvat via de producten zelf genereren. "Het platform zelf promoten we niet. Liever laten we het concept zelf z'n werk doen en bieden we relevante waarde voor de bezoekers door hen te attenderen op meer inspiratie, ruimere keuze en het gemak van deze one-stop-shop ervaring."



Sandra van Maanen