

‘Bundelen van retailaanbiedingen; interessante optie’

01-02-2007 00:00

Steeds meer consumenten surfen op internet om koop-ideeën op te doen. Om daarop in te springen, bedacht Michael Koiter het idee om folders-aanbiedingen die normaal gesproken door de brievenbus vallen, gebundeld op internet te zetten. Het resultaat: een "sterk groeiende" website met de naam Folderplaats.nl.

Koiter, directeur van Folderplaats.nl, benaderde alle retailers zelf en legde hen uit wat hij van plan was. "De meeste retailers hadden er oren naar. Ze zeiden: "Als jij kunt laten zien dat je consumenten kunt bereiken, hebben wij interesse'." En dat er genoeg animo voor is, is volgens Koiter zo klaar als een klontje. "Sinds een jaar zijn we bezig met het bedrijf, en in dat jaar is het bereik met een factor zestig gegroeid. Er worden nu zo'n 180.000 aanbiedingen per maand bekeken", aldus Koiter. De sterke groei is volgens Koiter te danken aan de afwijkende positionering van Folderplaats.nl. "De focus ligt namelijk op het gemakkelijk bekijken van aanbiedingen en niet op het vergelijken ervan. Kennelijk is hier een doelgroep voor", aldus de directeur. Waarom dit initiatief voor retailers gunstig is? "Een site als Folderplaats.nl is nog volop in de groei, en daarom kunnen de tarieven gunstig zijn. Voor retailers lijkt me het bundelen van reclame-aanbiedingen een interessante optie", aldus Koiter.