

iBood wil Europese expansie

11-06-2008 00:00

Een webshop die één product per dag verkoopt voor een stunts prijs. Dit simpele concept draagt de naam iBood.com en is succesvol, want de site groeit met 500 procent per jaar. Gisteren vierde de webshop de duizendste aanbieding.

Internetondernemers Joran Prinssen en Dennis Sanders zagen dat het concept een succes was bij het Amerikaanse Woot.com en waren er watervlug bij om dit in 2005 in Nederland te lanceren. Het lukte. De concurrentie - meerdere Nederlandse sites probeerden hetzelfde - heeft het nakijken.

Dagelijks gaan enkele duizenden producten over de virtuele toonbank. "Middernacht is ons drukste moment van de dag. We hebben een hele actieve community die elke dag rond twaalf uur onze site ververs", vertelt Joran Prinssen. "Zij wezen ons er een tijdje geleden ook op dat het duizendste product eraan kwam."

Het bedrijf lonkt nu naar andere landen in Noord-Europa. Het bedrijf heeft al vijf medewerkers op het Duitse kantoor in Berlijn en drie man in de gloednieuwe Poolse vestiging in Poznan.

Irritatie over andere webshops was een reden voor de start van iBood, zegt Prinssen. "We ergerden ons dat veel producten op de meeste sites bijna hetzelfde kosten. We dachten: je moet een superaanbieding hebben. Ook vonden we dat mensen er via vergelijkingssites ingeluisd werden met lage prijzen, maar torenhoge verzendkosten. Wij wilden helderheid bieden."

De webshop werkt nauw samen met diverse communitysites, zoals Tweakers en Fok.nl, voor onder meer aanbiedingen in nieuwsbrieven en prijsvragen. Volgens Prinssen hebben sommige andere webwinkels zelfs baat bij iBood. "Als een product bij ons al in de loop van de dag is uitverkocht, zien sommige andere sites een soort secundaire vraag ontstaan. Mensen kopen het bij ons uiverkochte product dan elders."