

## Vente-Privé wil niet adverteren

29-03-2012 00:00

Besloten webwinkel Vente-Privée geeft geen geld uit aan advertenties omdat het wil investeren in het merk. "Consumentenvertrouwen komt niet in één seconde en dat krijg je ook niet door te adverteren", vertelt Jacques-Antoine Granjon, ceo en oprichter van Vente-Privée. "Onze langetermijnstrategie is dat mensen langzamerhand tegen vrienden en familie zeggen: 'Wow, er is iets hier'."

Granjon, een flamboyante Fransman met een voorliefde voor kunst, startte het online flash sales model in 2001. Door de webshop alleen toegankelijk te maken voor leden, wist hij het imago van de aangesloten merken te beschermen. Granjon beschouwt Vente-Privée als business-to-business-bedrijf, in plaats van business-to-consumer.

De bedrijfsfilosofie is de grootste kracht achter Vente-Privée, denkt Granjon. "Andere bedrijven willen producten verkopen aan klanten, maar wij willen de voorraden van merken verkopen aan onze leden. Het einde van de keten is hetzelfde, maar de insteek is heel anders. Als we goed voor een merk zorgen, dan is er een goede korting, goede service en een goed imago. Dan blijft de klant terugkomen."

De groep concurrenten groeit gestaag, maar daar is Granjon niet bang voor. "De mensen die nu met flash sales beginnen hebben een achtergrond in marketing, internet of bankwezen", vertelt Granjon. "Zij bezitten niet het DNA om voor merken te zorgen. Ik weet na 28 jaar ervaring wat merken belangrijk vinden: de bescherming van distributie, de kwaliteit van de winkelbeleving en het behoud van hun imago."

De oprichter van Vente-Privée gelooft dat er nog veel te behalen is in de e-commerce. "Commercie is al zo oud, maar e-commerce bestaat pas vijftien jaar", aldus Granjon. "Alles moet nog komen."