

Rituals verkiest social media boven adverteren

06-04-2012 00:00

Cosmeticaketen Rituals maakt geen reclame voor zijn producten, maar probeert klanten aan zich te binden via social media. "Op de verschillende social media-kanalen hebben we direct contact met onze klanten", vertelt hoofd marketing van Rituals, Nicole Verburg, donderdag tijdens het Social Media Congres 2012. "Daar is het ons om te doen."

Op social media, waar Rituals sinds vorig jaar zo'n tweehonderd tot driehonderd procent is gegroeid, worden klanten dagelijks geïnformeerd over nieuwe producten, promoties en evenementen. Het bedrijf zet social media en zijn webshop onder meer in om internationale bekendheid te genereren. Inmiddels is Rituals actief in twaalf landen. Volgend jaar wordt het concept ook in de Verenigde Staten uitgerold. Verburg: "Als er geen winkel in de buurt is, is het extra belangrijk dat klanten je kunnen vinden op internet."

Social media zorgt voor traffic naar de fysieke winkels van Rituals. "Als een klant Rituals op Facebook 'liked', krijgt hij tien procent korting in een Ritualswinkel. Dat is dus ook nog eens goed voor onze franchisenemers", aldus Verburg.

"Rituals wil zijn klanten ook online het goede gevoel geven dat ze in de winkel krijgen", zegt Verburg. "We krijgen veel positieve reacties. In december schreven klanten zelfs Sinterklaasgedichten over Rituals op de Facebookpagina, zo betrokken zijn ze."

"Voor retailers is het vooral van belang te kunnen filteren. Er zijn zoveel nieuwe initiatieven op het gebied van social media, dat het bijna onmogelijk is om meteen op ieder kanaal actief te zijn", vertelt Verburg. De activiteiten op de verschillende social media-kanalen worden een kwartaal van tevoren al vastgelegd. "De precieze inhoud van de posts is een maand van tevoren bepaald. Een goede voorbereiding is bovendien het halve werk", aldus Verburg.