

LiL.nl aast op fysieke aanwezigheid

12-03-2014 00:00

LiL.nl wil experimenteren met afhaalpunten in fysieke winkels met een groot bereik. "Liefst met LiL.nl-merchandise, zoals infozuilen met touchscreens voor online bestellingen." Dat laat mede-eigenaar Rob Muntz weten in het nieuwste nummer van EtailTrends.

Het online woonwarenhuis is nu op zoek naar een strategische samenwerking met bijvoorbeeld tuincentra en speelgoedzaken. De groeiplannen worden mede mogelijk gemaakt door een succesvol 2013. Waar het aantal retouren van tien naar drie procent daalde, nam de omzet met zestig procent toe naar 3,5 miljoen euro. Eind 2015 wil Muntz de omzetgrens van tien miljoen euro passeren. "Wat mij betreft zijn we pas begonnen."

LiL.nl beschikt inmiddels over achttienduizend producten en twintig medewerkers. De etailer heeft onder meer een eigen all-in systeem voor bestellen, inkoop, betalen en customer service. Daarnaast ontwierp LiL.nl zelf een inkoopkoppeling met leverancier CB. Samen met mede-eigenaar en IT-specialist Ruben Pruim heeft hij plannen gemaakt om 'de nieuwe wehkamp.nl te worden'.

Muntz gaat in EtailTrends 2 onder meer in op het plazaconcept, dat onlangs is geïntroduceerd. Daarmee dient het online warenhuis net als bol.com als etalage voor kleinere spelers als Sportbeer.nl. Verder vertelt de voormalig radio- en televisiemaker over free publicity en de problemen rond retouren.