

# Westwing.nl aast op marktleiderschap

30-06-2014 00:00

Westwing.nl heeft als doelstelling marktleider te worden binnen de online woonbranche. Die sector is na travel, elektronica en de modebranche de volgende grote markt die de beweging naar online maakt. Dat stelt de Nederlandse managing director Itai Gross tegen RetailNews.

Gross kwam deze maand over van Etam Groep, waar hij brand director was. Net als in andere landen waar de Duitse etailer actief is, wordt de Nederlandse tak nu geleid door twee managing directors. "Ik wil samen met Tom Peeters de Nederlandse business nog verder laten groeien", zegt Gross.

Het besloten verkoopplatform heeft inmiddels bijna vierhonderdduizend leden in Nederland, stelt hij. De online speler werd twee jaar geleden opgericht en is momenteel operationeel in elf landen. "Westwing verkoopt als groep momenteel zeven producten per minuut."

Dat aantal stijgt volgens Gross snel, mede door een recente kapitaalinjectie van 72 miljoen euro. Dat geld wordt onder meer geïnvesteerd in logistiek en IT en met name in klantbeleving. Zo wil Westwing de 'mobile experience' en de app verbeteren. "De Nederlandse tak loopt al voorop met bijna veertig procent van de aankopen via mobiele apparaten", stelt de managing director.

Klanten krijgen na het inloggen interieuritems aangeboden die door Westwing zijn geselecteerd. De producten worden met een korting tussen de dertig en zeventig procent gedurende vier dagen aangeboden. Het aanbod wordt volgens Gross in een 'magazine-achtige shopomgeving' gepresenteerd, waarbij de nadruk ligt op sfeerbeeld en productselectie. "Daarmee onderscheidt Westwing zich van andere e-commercespelers, die veelal met een catalogusmodel werken."

Het assortiment van Westwing bestaat uit ruim tweeduizend producten van lokale en internationale merken. In de Benelux heeft de besloten winkelclub inmiddels met 150 leveranciers gewerkt. Om verder te kunnen groeien is Westwing onder meer op zoek naar meer kwalitatieve partners. "Wij bieden de mogelijkheid om op regelmatige basis hoge omzetten te behalen en hun merk kwalitatief in de markt te presenteren", stelt Gross. "Dat 72 procent van de aankopen op Westwing van terugkerende klanten komt, bewijst dat het model werkt."