

Rituals wil online omzet jaarlijks verdubbelen

16-09-2014 06:49

Rituals wil over pakweg tien jaar twintig procent van zijn totale omzet uit onlineverkopen halen. Het doel van de Nederlandse cosmeticaketen is om de omzet van alle webshops jaarlijks te verdubbelen. Dat laten oprichter Raymond Cloosterman en marketingdirecteur René Repko weten in het septembernummer van RetailTrends.

De helft van de omzet moet over tien jaar uit andere activiteiten dan de eigen winkels komen. Behalve e-commerce mikt Rituals daarvoor op shop-in-shops in luxe warenhuizen en travel retail, zoals verkoop in hotels en vliegtuigen. De fifty-fiftyverhouding is volgens Cloosterman geen keiharde target, maar meer een strategische mindset. "Een stip aan de horizon waar we naartoe werken."

Om de groei te bewerkstelligen lanceerde Rituals vorig jaar een compleet gerestylde webwinkel. Die draait nu op een nieuw platform met software van Demandware, waarmee de retailer eenvoudig nieuwe landen en talen kan aansluiten. "Denk aan een Noorstalige webshop in Noorwegen, waar we binnenkort onze eerste winkel openen", zegt Repko.

Hoewel het cosmeticasegment volgens hem een lage penetratiegraad heeft, gelooft Rituals in internet als verkoopkanaal. Klanten gunnen Rituals ook online het vertrouwen, omdat het merk inmiddels goed bekend is, zegt Repko. "'Weet je wat, ik probeer dit artikel gewoon en laat me verrassen'. Dat idee."

De Nederlandse retailer barst volgens Repko van de ideeën voor e-commerce. Zo is er volgens hem nog veel mogelijk met mobile en app-technologie. In RetailTrends 9 geeft hij enkele voorbeelden, terwijl ook de groei in de fysieke winkelstraat belicht wordt. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)