

Kruidvat maakt online 'een gigantische inhaalslag'

06-10-2014 00:00

Kruidvat werkt toe naar een landelijk netwerk van afhaalpunten en gepersonaliseerde aanbiedingen. De drogisterijketen biedt sinds juni het volledige assortiment online aan. "Voor ons is het nog een ontdekkingsreis hoe de onlineklant shopt en wat dat voor ons betekent. Het is een nieuwe dynamiek", zegt ceo Gerard van Breen van de overkoepelende divisie A.S. Watson Health & Beauty Benelux in het oktobernummer van RetailTrends.

Kruidvat beschikte al zeker tien jaar over een webshop waar een heel klein assortiment van health & beauty-artikelen en veel branchevreemde producten werden verkocht. Inmiddels is het gehele assortiment van ruim tienduizend items online verkrijgbaar en maakt Kruidvat volgens de topman 'een gigantische inhaalslag'. In de webwinkel worden ook de acties en actieprijzen van de fysieke winkels gehanteerd. "We willen online en offline volledig integreren."

Daarnaast streeft Kruidvat naar een landelijke dekking van de afhaalpunten in zijn winkels. De eerste punten zijn eind september geopend. Voor de verkoopperiode in december zijn tenminste honderd ophaalpunten operationeel, vertelt Van Breen. Tegelijkertijd bekijkt de retailer de mogelijkheden om klantenkaartdata verder te integreren, 'zodat elke klant voor hem of haar relevante aanbiedingen te zien krijgt'. "Nu staat dit nog in de kinderschoenen, maar we willen dit verder ontwikkelen", zegt Van Breen. Personalisering wordt volgens hem steeds relevanter naarmate meer shoppers een klantenkaart hebben. "Vandaar dat we het gebruik van de klantenkaart zo stimuleren."

Naast de online ambities van A.S. Watson gaat Gerard van Breen in het oktobernummer van RetailTrends onder meer in op de positionering van Kruidvat en Trekpleister tegenover discountketens als Action. "De consument loopt nu eenmaal meer op aanbiedingen. Net zoals in de gehele sector is ook bij Kruidvat de promotiedruk met een paar procentpunten gestegen", verklaart Van Breen. RetailTrends 10 verschijnt eind deze week. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.