

Zo ziet Riverdale's jubileumjaar eruit

09-02-2016 11:15

Riverdale viert dit jaar zijn tienjarige bestaan. 1800 winkelverkooppunten – waarvan 250 shop-in-shops – en de groei zit er nog altijd in, vertelt algemeen directeur Patrick de Kleijn. “Vooral in West-Europa en online maken we nu flinke stappen.”

De woonbranche op zijn gat gevallen? Niet voor decoratie, zegt De Kleijn. Het woonmerk zag de afgelopen jaren zijn omzet alleen maar stijgen en groeide ook buiten de landsgrenzen en online hard. Inmiddels is Riverdale in de meeste West-Europese landen vertegenwoordigd en komt zestig procent van de omzet uit het buitenland. Groeiwensen – en mogelijkheden – zijn er echter zeker. Bovenaan de lijst: Spanje en Portugal kennis laten maken met Riverdale. En ook op winkelgebied is er groei; voor meer shopconcepten in het buitenland of eigen Riverdale-winkels. Als het aan De Kleijn ligt laten eigen winkels niet lang meer op zich wachten. “Het liefst openen we in ieder land een flagshipstore waar (online) consumenten de gehele collectie kunnen bekijken en retailers de meest ideale presentatie beleven. Riverdale staat voor fashionable living met een snel wisselende collectie en de inbreng van kleurenthema's uit de mode. Dit kun je met een eigen winkel of in je shopconcept kracht bijzetten.”

Tot die tijd kunnen de consumenten terecht in één van de 250 shop-in-shops om in de winkel een goede indruk van het merk te krijgen. Het shopconcept wordt in nauwe samenwerking met retailers bepaald, ingedeeld en door een team visueel merchandisers ingericht, licht De Kleijn toe. Naast inrichting wordt er ook op collectieniveau met de retailer geschakeld en waar nodig bijgestuurd.

Nieuw shopconcept

Zowel in Nederland als buiten onze landsgrenzen mag het aantal shop-in-shops nog wel groeien volgens De Kleijn. “Vooral in het buitenland start je niet direct met shop-in-shops. Na twee jaar wordt het tijd om het concept uit te rollen.” De helft van de verkooppunten mogen wat hem betreft over vijf jaar uit shop-in-shops bestaan. In het kader van ‘de ijzeren wet van vernieuwing’ is daarom een nieuw shopconcept ontwikkeld. “We hebben het concept in 2009 geïntroduceerd en kan wel een opfrisbeurt gebruiken.” Dit voorjaar introduceert Riverdale een nieuwe, flexibele inrichting voor de shopconcepten. “Eerst als pilot in een aantal winkels, maar de animo is groot.” Voor de inrichting wordt gebruik gemaakt van ‘het typische Riverdale-dna’ waarbij materialen als staal en hout duidelijk naar voren komen. Grootste verandering is de flexibiliteit: de shop-in-shop kent geen vast concept en met vijf collecties per jaar kan er vaker worden afgewisseld. De retailer kan daarbij kiezen uit verschillende presentatiemogelijkheden en hoogtes.



IMAGE
NOT
FOUND

Over de online omzet is De Kleijn nog niet helemaal tevreden, alhoewel die vorig jaar met 89 procent steeg. De omzet kan dit jaar weleens snel gaan stijgen, nu er een pilot loopt met tablets in de winkels. Naast margecompensatie voor online verkopen, kunnen winkeliers direct in de winkel de gehele collectie verkopen. "Niet alleen is hun voorraad hiermee oneindig, ook het aantal nee-verkopen wordt fors gereduceerd."

IMAGE NOT FOUND

Om de geplande groei te waarborgen verhuisde het merk twee jaar geleden naar een nieuw hoofdkantoor, waar zowel het kantoor als logistieke centrum zijn gevestigd. Een verademing, zegt De Kleijn. “We zijn drie keer eerder verhuisd en voorheen werkten we vanuit verschillende locaties.” En dit moet de laatste zijn, lacht hij. Het nieuwe pand biedt genoeg ruimte om te groeien, ook logistiek gezien voor bijvoorbeeld bevoorrading van andere landen. Voor het ontwerp pakten de eigenaren dan ook uit. “Sophie (zijn vrouw en mede-eigenaar, red.) en ik zijn enorm fan van Piet Boon. We hebben hem gebeld en hij wilde voor ons aan de slag. Het is een ontzettend gaaf pand geworden. Een weerspiegeling van Riverdale.”