

Het hoe en waarom van een online outlet

08-09-2016 03:16



Meerdere winkeliers verenigd op een online platform, het is geen nieuw fenomeen. [Miinto](#) en [Winkelstraat.nl](#) zijn slechts twee van de [vele voorbeelden](#) van initiatieven die boetieks een plek op het internet geven. Maar een plek om alleen je oude collectie te verkopen, die is nauwelijks op het web te vinden. To Be Dressed is volgens directeur/eigenaar Wouter Kokken vier jaar na de introductie nog de enige in zijn soort.

Winkeliers kunnen via To Be Dressed hun restvoorraad merkkleding kwijt. Zeg maar Batavia Stad of de outlet in Roermond, maar dan online en anoniem. Ideaal voor fysieke retailers die nog flinke hoeveelheden zomerkleding in hun magazijnen hebben liggen en die niet in hun eigen klantenkring kunnen slijten. Inmiddels zijn bij To Be Dressed meer dan 250 winkeliers aangesloten, die gezamenlijk vier miljoen euro omzet via het platform genereren.

Wat voor winkels zijn bij jullie aangesloten?

“Dat varieert van eenpitters tot ketens met bijvoorbeeld vijftien tot twintig winkels. Een belangrijk kenmerk van To Be Dressed is anonimiteit, dus we noemen retailers niet bij naam. Klanten kopen producten op ons platform en zien pas waar de producten vandaan komen als ze een track-and-trace code krijgen. Winkeliers versturen de bestellingen namelijk vanuit hun eigen winkel of magazijn.”

Merken als Converse, Nike en Van Bommel worden wel bij naam genoemd. Mag dat zomaar?

“Er zijn merken die absoluut niet willen dat winkeliers hun producten via ons platform verkopen. Een voorbeeld is Stone Island. Maar daarvoor geldt dat niemand zijn producten online mag verkopen, dat heeft niet specifiek met onze outlet te maken. Over het algemeen hebben merken er geen problemen mee. Er zijn zelfs merken die hun afnemers adviseren om met ons in zee te gaan. Zij zijn er natuurlijk bij gebaat dat er plek vrij wordt gemaakt voor de nieuwe collectie.”

De marges zijn online al klein, laat staan wanneer je alleen afgeprijsde artikelen verkoopt. Waarom zou je dan met To Be Dressed in zee gaan?

“Wij zeggen niet voor niets: ‘Met ons word je niet rijk’. Het klinkt misschien wat raar, maar wij zien onszelf als een doorverkoopinstrument waarmee je schoon schip kunt maken. Ja, de marge is beperkt, maar het lukt wel om een hogere marge te realiseren dan in de winkel. Daar worden soms kortingen tot zeventig procent gegeven. Waanzin. Bij ons zijn de kortingen net als in Batavia Stad of Roermond lang niet altijd heel hoog. Omdat wij op zoek gaan naar de juiste klant voor de producten zul je zien dat ze hier gedurende het jaar al weglopen tegen bijvoorbeeld dertig procent korting. Die hogere marge is het verdienmodel voor retailers. Daarnaast biedt het winkeliers de mogelijkheid om groter en dus goedkoper in te kopen. Ze stonden lange tijd heel huiverig tegenover partijen kopen, maar de komst van een eigen webshop en een online outlet geeft hen het vertrouwen om groter in te kopen. De marge die ze eventueel via ons verliezen weegt niet op tegen de korting die bij de inkoop kunnen bedingen. Verder schuilt onze kracht in SEO. Als je bijvoorbeeld op ‘Van Bommel outlet’ googelt, zul je zien dat wij bovenaan de organische zoekresultaten staan.”

Eind deze maand wordt een compleet nieuwe webshop gelanceerd. Wat gaat er veranderen?

“De webshop gaat volledig op de schop. Hij wordt aangepast aan de wensen van deze tijd, van de indeling tot aan de filtering. Door de website verder te professionaliseren denken we in de top van onze markt mee te kunnen draaien en voorbereid te zijn op de toekomst. Bovendien is het voor ons een mooi moment op de publiciteit op te zoeken. Bij de lancering is er het één en ander over ons geschreven, maar sindsdien opereren we grotendeels onder de radar. De aandacht gaat meestal uit naar partijen waar grote investeerders achter zitten. Wij doen wij het nog altijd op eigen kracht.”