

Plein.nl, de Coolblue voor dagelijkse verzorging

27-09-2016 10:43



Door Nick MÃ¶ller
Redactie RetailWatching

Plein.nl heeft alle registers opengetrokken. Ter gelegenheid van zijn tienjarig bestaan houdt de etailer het Pleinfestijn. Dat betekent tien dagen lang korting op bekende merken verzorgingsproducten. Eigenaar Kees van den IJssel vertelt vanuit het magazijn over de groei van Plein.nl. â€œHet huis staat echt te trillen.â€

De naam Plein.nl is niet bij alle consumenten even bekend. Toch wordt er dit jaar naar verwachting meer dan elf miljoen euro omgezet. Die euroâ€™s komen vooral binnen via de websites Tandartsplein, Drogistplein, Huisdierplein en Huishoudplein. Samen met Babyplein en Scheerplein vormen deze websites gezamenlijk Plein.nl, zeg maar de Coolblue voor dagelijkse verzorging.

Van den IJssel nam het e-commercebedrijf drie jaar geleden over als oprichter van GT Retail, dat zich in de jaren ervoor als intermediair tussen handelsfabrikanten en het retailkanaal had opgeworpen. â€œIk ben dat bedrijf begonnen toen retailers als Kruidvat producten gingen verkopen die helemaal niets meer met drogisterij te maken hadden. Het opgebouwde netwerk en de knowhow wilden we ook gebruiken voor rechtstreekse verkoop aan de consument. Dat kon door winkels te openen, maar daar zag ik niets in. Toen kwam Plein.nl, dat toen nog Pleinshoppen.nl heette, met de vraag of wij hen niet wilden

overnemen.â€

Gezond

Na de overname in 2013 werden flink wat â€˜pleinenâ€™ gesloten, zodat de etailer zich op zijn kernactiviteiten kon richten. In 2014 en 2015 is de gehele operatie â€˜strak gezetâ€™, zegt Van den IJssel. â€œDaardoor staat er nu een gezond model en kunnen we dit jaar alle luiken openzetten. We investeren veel in het vergroten van onze naamsbekendheid, zoals nu via radiocampagnes. Volgend jaar verwachten we meer dan twintig miljoen euro omzet te draaien.â€

Het gezonde model wordt onder meer in samenwerking met zoâ€™n tachtig fabrikanten gerealiseerd. Net als bij grote retailers als Albert Heijn en Kruidvat zorgen zij volgens Van den IJssel voor een deel van de financiering van de online verkoop. â€œWe trekken samen op met fabrikanten. Je verwacht misschien dat de meesten inmiddels wel weten hoe het spelletje online gespeeld wordt, maar zij kunnen dankzij een plugin op onze website nog veel van onze data leren.â€

De innige samenwerking tussen fabrikanten en Plein.nl is onder meer zichtbaar bij de Shave Club van Gillette. Dit abonnementsmodel is eind vorig jaar in Nederland van start gegaan via Scheerplein.nl. Leden ontvangen bijvoorbeeld iedere drie of vier maanden automatisch schermesjes in hun brievenbus.

De etailer werkt momenteel aan meer varianten, vertelt Van den IJssel. â€œWasmiddel is bijvoorbeeld geen sexy, maar een low involvement-product. Dat leent zich dus prima voor een abonnement, waarbij klanten elke twee maanden een fles Persil of Ariel opgestuurd krijgen. Datzelfde geldt voor opzetstukjes voor elektrische tandenborstels of dierenvoeding. We gaan het abonnementsmodel in de toekomst breder uitrollen, deels samen met grote spelers en deels zelf.â€

Ambitie

Een mogelijke andere groeipijler is het toevoegen van meer pleinen aan Plein.nl. Al zijn daar vooralsnog geen concrete plannen voor, zegt hij. â€œIk vind het belangrijker om de huidige pleinen goed neer te zetten. Het is echt onze ambitie om binnen twee jaar de nummer 1 of twee in deze markten te zijn.â€

Fysieke winkels blijven voorlopig uitgesloten. â€œZeg nooit nooit, maar voor nu geloof ik daar niet echt in. Dat je voor een laptop van dertien- of veertienhonderd euro naar de winkel gaat om te kijken hoe zwaar die is en of die in je tas past, dat zie ik nog wel. Maar wij handelen vooral in mainstream fast moving consumer goods, zoals deodorant en shampoo. Daarvoor zie ik geen meerwaarde in een winkel. Je hoort vaak dat alleen omnichannel retailers het gaan redden, maar dat vraag ik me dan ook sterk af. Wij laten zien dat je ook als pure player het spelletje goed kunt spelen.â€



Kees van den IJssel (links) en Juriaan Spoormaker vormen de directie van Plein.nl.