

Hoe About You zijn torenhoge ambities wil waarmaken

03-11-2017 11:10



Je kon vorige maand niet om de lancering heen. About You trapte met een miljoenencampagne af in Nederland en België. Het dochterbedrijf van Otto Group werpt zich op als de grote uitdager van Zalando. Al is About You ook tevreden met een tweede plek in de online fashionmarkt in Nederland.

About You zag 10 oktober officieel het levenslicht in ons land, na al een aantal maanden onder de radar te hebben geopereerd. Voorafgaand aan de lancering werden consumenten weggeblazen door alle televisiereclames, radiospotjes en advertenties op social media en in bushokjes. Het was voor het eerst dat About You zo'n grote marketingcampagne hield, vertelt medeoprichter Tarek Müller. Het aftellen naar de openingsdag had volgens hem een 'viraal effect'. "Mensen praatten erover. Toen ik bij een hotel kwam en mijn bedrijfsnaam opgaf, zei een medewerker dat ze er vaak met vrienden over had wat About You nou precies was."

Inspiratie

About You werd in het voorjaar van 2014 opgericht door Müller, medeondernemer Sebastian Betz en 'strateeg' Hannes Wieso van de Otto Group. Hun visie: online winkelen moet leuk en inspirerend zijn. Meer dan een item in een winkelwagentje klikken. De Duitse startup omarmt *inspirational commerce*, door bijvoorbeeld veelvuldig gebruik te maken van influencers. In ons land laten onder meer profvoetballer Gregory van der Wiel en modeblogger Claartje Rose zien hoe je kledingstukken goed met elkaar kunt combineren.

About You belooft daarnaast een persoonlijke winkelervaring dankzij innovatieve technologieën. Wie inlogt ziet zijn naam in het logo op de homepage verschijnen en krijgt aanbevelingen op basis van vorige aankopen. Ook

de nieuwsbrief en feed in de app worden aangepast aan de individuele voorkeuren van de consument. De focus van About You ligt nadrukkelijk op het gebruik van de app, vertelt Müller. “Mobiele webpagina’s krijgen steeds meer dezelfde mogelijkheden als een app, maar vooralsnog biedt een app technische voordelen ten opzichte van de gewone browser.” Bang voor de trend dat consumenten apps op hun telefoon links laten liggen, is hij niet. “Dat geldt denk ik alleen voor apps die niet veelvuldig worden gebruikt. Er is toch niemand die Facebook in de mobiele browser opent?”

Conversie

Het voorbeeld van Facebook is niet volledig uit de lucht gegrepen. Net als bij het sociale medium, mikt About You op klanten die de feed in de app regelmatig in de gaten houden om op te hoogte te blijven. Waar het bij Facebook gaat om vakantiekiejes van vrienden, draait het bij About You om de laatste modetrends. Dat is ook gelijk het grote verschil met Zalando, als we Müller moeten geloven. De Duitse branchegenoot focust zich volgens hem net als Wehkamp vooral op de zoekbalk, waar je precies invult wat je zoekt. “Zalando heeft veruit het grootste aanbod. Daarom ga je daarnaartoe als je op zoek bent naar bepaalde jeans. Bij ons komen mensen juist voor inspiratie en educatie. Zalando is dus eigenlijk helemaal geen concurrent.”

De verschillende aanpak komt volgens Müller ook terug in de cijfers. “Onze conversie ligt lager dan bij een Zalando of Amazon, maar wij mikken op meer transacties per jaar. Bij Zalando komt een gemiddelde consument acht keer per jaar terug en wordt er drie keer wat gekocht. Bij ons komen ze elke week terug, soms zelfs dagelijks. Natuurlijk krijgen we geen 25 orders per klant per jaar, maar wel meer dan de drie van Zalando.” Bovendien ligt de waarde van de winkelmand hoger, stelt hij. “Als je naar Zalando gaat om schoenen te kopen, laat je het daar vaak bij. Omdat het bij ons om inspiratie draait en we laten zien welke items goed te combineren zijn, spenderen mensen meer.” Met het aanbieden van gratis verzenden en retourneren, komt dat About You niet verkeerd uit. Al hoeft de etailer niet op volume te sturen om een gezonde marge over te houden, stelt Müller. “De marges op kleding zijn behoorlijk hoog. In ieder geval een stuk hoger dan in consumentenelektronica.”

Ontdekking

About You stapt in de Nederlandse online fashionmarkt, op het moment dat de concurrentie moordend is. Het aantal ‘serieuze spelers’ in de markt is flink toegenomen, concludeerde marktonderzoeker GfK [onlangs](#). Zo hebben traditionele retailers als WE Fashion en C&A inmiddels een online positie, terwijl ook steeds meer merken eigen webwinkels openen. Bijna een kwart van alle bestedingen aan kleding wordt online gedaan.

Müller wijst de suggestie dat About You te laat is gestart van de hand. “De timing is juist precies goed. Er was nog geen plek voor *fashion discovery* in Nederland”, stelt hij. About You wil de komende jaren doorstoten naar de nummer één of twee-positie in de markt. Zalando is nu veruit de grootste in online fashion, weet Müller. “De tweede plek vinden we ook prima.”

De start in ons land is volgens de medeoprichter veelbelovend. De grootse marketingcampagne kostte About You meer dan een miljoen euro, maar Müller is tevreden over de *return on investment*. Niet alleen is er volgens hem in drie weken tijd een ‘significante omzet’ geboekt, ook heeft About You flinke stappen gemaakt met zijn naamsbekendheid. Ruim tien procent van de Nederlanders heeft de website inmiddels bekeken, stelt hij. “We zien al veel consumenten terugkeren.”

About You heeft niet alleen grote plannen in Nederland. De komende vijf jaar wil het bedrijf doorgroeien naar een miljardenomzet in Europa. Dit jaar stokt de teller naar verwachting op 250 tot 280 miljoen euro. Om de groei te bekostigen is Otto Group een zoektocht gestart naar nieuwe geldschieters. Müller bevestigt dat er gesprekken worden gevoerd met potentiële investeerders, maar wil daar verder niets over kwijt. Als het op fysieke winkels aankomt, heeft hij ook niet veel te zeggen. Al is dat alleen maar omdat fysieke winkels geen

item zijn voor About You. “We zien onszelf als een pure onlinespeler. We runnen wel een aantal fysieke winkels van het label Edited, waaronder in Amsterdam. Maar de komende jaren zullen we zeker geen winkels namens About You openen.”

Nick Möller