

Zalando verzekert: 'Wij willen merken helpen'

08-12-2017 15:00



Merken die in zee gaan met Zalando hoeven niet bang te zijn dat ze een concurrent helpen het grootste modeplatform van Europa te worden. Dat is 'slechts een kant van de medaille', zegt vice president partner solutions Carsten Keller tegen RetailTrends.

Zalando ging in juni van start met een fulfilmentdienst, waarbij artikelen van merken in zijn eigen magazijnen worden opgeslagen. Al langer denkt de Duitse etailer mee met de marketing, het verkrijgen van klantinzichten en analyseren van data, om merken te helpen bij het verzilveren van zijn klantenbestand. Dat is volgens Keller het grootste verschil met marktplaatsen als eBay. "Wij willen merken ondersteunen met de juiste oplossing."

Zalando telt inmiddels 'meer dan een handvol' merken, die gebruikmaken van zijn fulfilmentdienst. Daaronder vallen onder meer Oysho en Pull & Bear, twee merken van Inditex. Dat zou het Spaanse modeconcern volgens Keller niet doen als het niet goed was voor zijn eigen resultaat. "Als wij groeien, groeien onze partners ook."

Het totale partnerprogramma is inmiddels goed voor tien procent van de totale omzet van Zalando. De Duitse etailer wil ook dat percentage richting 2020 verdubbelen, zegt Keller. "Het is soms net alsof we een tweede Zalando aan het bouwen zijn."

Lees meer over de rol van fulfilment in het ecosysteem van Zalando op RetailTrends.