

Otrium: 'Marges tot drie keer hoger dan bij concurrenten'

24-01-2018 15:10



Merken die met online outlet Otrium samenwerken verdienen twee tot drie keer zoveel als vergelijkbare platforms. Dat komt doordat de merken meer controle hebben over hun prijsbeleid, zegt mede-oprichter Max Klijnstra tegenover [RetailTrends](#).

Otrium helpt merken via algoritmes met de beste prijsstelling per product, legt Klijnstra uit. Daardoor houden verkopers meer over, zonder dat de prijzen voor de consument hoger zijn. "Bij ons zou een hardloper met vijftig procent worden afgeprijsd en een wat minder snellopend artikel zeventig, terwijl bij een concurrent bijvoorbeeld alles zestig is", noemt hij als voorbeeld.

Otrium heeft inmiddels veertig merken aangesloten en wil eind dit jaar op honderd uitkomen. Veel merken werken exclusief met het platform samen, zegt Klijnstra. "Ze weten dat we selectief zijn en dat ze niet ineens naast een tandenborstel zullen staan." De online outlet richt zich op het hoge middensegment en het begin van het luxesegment en werkt onder meer samen met Denham, Puma en Pepe Jeans.

Het platform is momenteel alleen in de Benelux actief, maar start dit jaar met testen in Duitsland en Denemarken. In 2020 wil Otrium de grootste online outlet van Europa zijn.

Lees op [RetailTrends](#) onder meer waarom Otrium kiest voor een ledenmodel en hoe het concurrent Vente-Exclusive denkt af te troeven.

