

Etos denkt aan abonnementsdienst

05-03-2018 09:11



Etos overweegt een online abonnementsdienst te starten voor producten die consumenten regelmatig kopen. De drogisterijketen denkt daarbij aan scheermesjes of luiers, zegt topman Jan-Derek Groenendaal in Het Parool.

Etos richt zich in toenemende mate op het buitenland, vooral via de verkoop van eigenmerkproducten bij supermarkten. Dat betekent volgens Groenendaal niet dat de retailer in eigen land klaar is. Zo noemt hij de winkelketen met 552 vestigingen van 'gezonde omvang', maar ziet hij nog groeimogelijkheden. "We hebben net ons contract met NS met tien jaar verlengd en gaan samen werken aan uitbreiding", noemt hij als voorbeeld. Momenteel zit Etos al op twintig stations en in vier ziekenhuizen.

Etos werd de afgelopen jaren voorzien van een nieuwe uitstraling, met onder meer een moderner logo en een nieuw jasje voor de winkels. De herpositionering en restyling in Nederland zijn volgens hem met succes afgerond. "Maar we moeten echt nog stappen maken online."

Zo'n tachtig eigenmerkproducten van Etos liggen inmiddels bij 6500 supermarkten in onder meer de Verenigde Staten, Griekenland, Portugal en Tsjechië. Momenteel ligt er een voorstel het aantal producten uit te breiden tot 120, terwijl het er volgens de ceo maximaal tweehonderd kunnen worden.