

Rituals: 'Veel winkels per land belangrijk'

19-06-2018 15:29



Rituals ziet een hoge fysieke dekking in de landen waar het actief is als noodzakelijk om *brand awareness* te creëren. "Klanten zijn geneigd producten te proberen in winkels, te kopen en herhaalaankopen vervolgens online te doen", aldus webshopmanager Wendy Korporaal tijdens het event Salesforce Connections.

In de Verenigde Staten is het voor Rituals juist belangrijk digitaal sterker te worden, zegt Korporaal. Dat komt volgens haar doordat het een zeer digital savvy markt is. Ze wijst op de kracht van Amazon, die maakt dat er een zware benchmark is. "Daarom moeten we daar focussen op een sterke digitale voetafdruk, aangezien het referentiekader anders is dan in Europa." Daarnaast zijn er meer 'digitale marketingdollars' waar Rituals mee moet concurreren.

Naast de VS noemt Korporaal het Verenigd Koninkrijk de meest uitdagende markt. In beide landen zijn er volgens haar veel concurrenten binnen een breed spectrum aan prijsniveaus. "En die merken zijn in veel gevallen van origine Engels of Amerikaans. Daardoor hebben ze een erg loyale fanbase."

Rituals opende vorige maand in San Diego zijn eerste winkel aan de Amerikaanse westkust en heeft verder elf vestigingen in de omgeving van New York. In totaal heeft de Nederlandse cosmeticaketen inmiddels 650 winkels verspreid over 25 landen.

Lees op [RetailTrends](#) meer over hoe Rituals zijn verovering van het buitenland aanpakt.