

T.O.M. wil eigen naam 'een gezicht geven'

09-04-2019 12:28



Webwinkel T.O.M. wil in de toekomst al zijn webshops onder de naam T.O.M. in de markt zetten. Dat liet oprichter Tom te Riele weten in een interview met RetailTrends. “Steeds meer bedrijven noemen ons T.O.M., dat merk willen we een gezicht geven.” Met T.O.M. wil Te Riele een compleet online aanbod aanbieden voor de vrijetijdssector.

Nu heeft T.O.M. (een afkorting van Tom Omnichannel Management) negen webshops onder zich, elk met een eigen domeinnaam. De webshops hebben één gezamenlijke deler: elk beslaat een tak van de vrijetijdssector. Zo heeft T.O.M. onder meer een webshop voor fietsen, speelgoed en fietsaccessoires. In de toekomst is het plan deze allemaal onder de naam T.O.M. te scharen en zo ‘hét internationale online warenhuis te worden van de vrijetijdssector’, zegt Te Riele.

Om dat online warenhuis compleet te maken wil Te Riele de aankomende jaren ook uitbreiden met artikelen voor onder meer huis, tuin, gezondheid en cosmetica. “Het is de bedoeling dat T.O.M. uiteindelijk naast Coolblue en bol.com steeds bekender wordt onder het winkelend publiek.” Het distributiecentrum van het bedrijf beschikt nu al over 124 duizend producten.

Voor de internationale markt heeft de b2b-manager een landkaart van Europa op kantoor hangen met alle Europese marktplaatsen erop. “Als een soort Risk prikken we vlaggetjes op de kaart als we weer een land veroverd hebben.” Zo is T.O.M. nu onder meer aangesloten bij het Franse Cdiscount en het Deense Wuptie.

Meer lezen over de plannen van Te Riele met webwinkel T.O.M.? Lees het complete interview op [RetailTrends](#).