

Bloomon verandert zijn groeistrategie

21-10-2019 09:44



Bloomon zoekt groei niet meer in nieuwe markten, maar in nieuwe producten. Als gevolg daarvan maakt de online bloemenservice voor het eerst winst, zo vertelt medeoprichter Bart Troost aan het [FD](#).

De 35 miljoen euro die de online bloemenservice eerder van investeerders ontving, werd onder meer gebruikt voor uitbreiding naar België, Denemarken, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Troost zegt kritischer te zijn geworden om opnieuw kapitaal op te halen voor internationale uitbreiding. "We hadden het idee dat er grotere kansen liggen in het verbreden van ons product- en serviceaanbod."

Begin dit jaar is besloten om te gaan voor winst. Zo schrapte Bloomon eerder al elf van de ruim honderd banen om zo kosten te drukken. "In september hebben we voor het eerst zwarte cijfers geschreven. Dat vind ik een mooie prestatie."

De test om zijn bloemen sinds deze maand vier weken lang in de winkels van Albert Heijn te verkopen, past in de nieuwe strategie, laat Troost weten. Bloomon zegt er daarmee ook te willen zijn voor klanten die op het laatste moment besluiten een bloemetje te kopen. Ook de verkoop van losse pakketten op de webshop en de verkoop van droogbloemen vallen onder de nieuwe strategie.