

Daniel Ropers over opstart bol.com: 'Totaal onderschat'

07-10-2020 09:38



Daniel Ropers onderschatte ruim twintig jaar geleden 'totaal' wat er voor nodig was om een goede webwinkel op te zetten. Dat vertelt de voormalige ceo van bol.com in het oktobernummer van RetailTrends. "Als ik aan het eerste businessplan van bol.com terugdenk – dat had ik zelf geschreven – dan was heel veel van wat ik aannam helemaal fout."

Ropers dacht naar eigen zeggen dat hij met vijftien medewerkers acht jaar nodig zou hebben om de honderd miljoen gulden omzet te bereiken. "Ik had een vrij naïeve gedachte over wat je moet doen om een goede webwinkel te worden: dingen die nog niemand anders in de markt kan", aldus de voormalige bol.com-ceo. "Toen dacht ik: er bestaan al klantenservicebedrijven, klantgerichte bedrijven, er bestaan al logistieke bedrijven, er bestaan al marketingbedrijven... We kunnen alles outsourcen, het enige wat wij moeten doen is een beetje webdesign en een klein beetje onlinemarketing."

Het uitbesteden van de meeste schakels aan andere bedrijven noemt Ropers terugkijkend 'een verschrikkelijke vergissing'. Als elke partner beweert een foutpercentage van drie procent te hebben, betekent dat in een lange keten dat bijna de helft van de bestellingen de mist in gaat. Bol.com liep leeg aan de kostenkant en de klanten

kwamen niet terug, vertelt hij. "Wij hebben toen heel veel mensen moeten aannemen om met onze partners de hoeveelheid procesfouten te verkleinen."

Ropers stond zeventien jaar aan het roer van bol.com. Op dit moment is hij adviseur van een aantal bedrijven, waaronder HEMA. In het [oktobernummer van RetailTrends](#) gaat Ropers verder in op zijn loopbaan, het succes van bol.com en de lessen die hij onderweg heeft geleerd. [Nog geen member? Kijk dan hier](#).