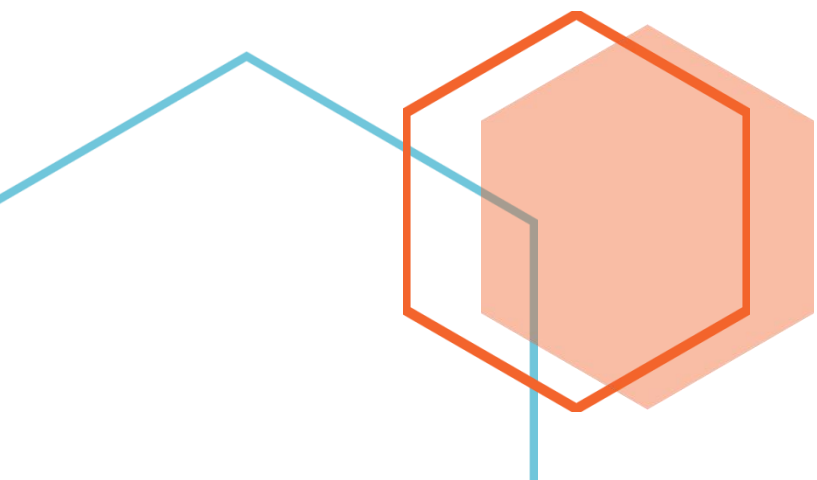




[Raymond Cloosterman]

[Paesi Bassi]

" Essere accessibili è fondamentale per un marchio".





Informazioni sulla persona

Rituals è la sua prima grande esperienza imprenditoriale, dopo aver lavorato per alcuni anni presso Unilever, multinazionale che, tra l'altro, produce anche una vasta gamma di prodotti cosmetici.

Con piccoli budget di marketing e scarse capacità imprenditoriali, l'inizio dell'azienda è stato problematico, con margini ridotti, cambiamenti di personale, forniture di ingredienti, ecc.

Ha studiato economia aziendale alla Rotterdam School of Management e ha conseguito un MBA presso l'Università del Michigan.

Breve introduzione

Nel 2000, Raymond Cloosterman ha fondato il marchio di cosmetici e lifestyle Rituals. Ispirandosi alle antiche filosofie e tradizioni orientali, come i principi del taoismo e le pratiche dell'hammam spa turco, Rituals offre bagni lussuosi ma a prezzi accessibili, prodotti per la cura della pelle e prodotti per la casa che attingono agli ingredienti naturali che sono stati utilizzati nel corso dei secoli. Durante i suoi viaggi per il mondo, Cloosterman ha cercato di conoscere le piante che le culture hanno utilizzato per creare un senso di benessere e relax sia per il corpo che per la casa, e ha portato elementi suo marchio nel

Rituals ha avuto un fatturato annuo di 544 milioni di euro nel 2017.

Primi passi nell'imprenditorialità e difficoltà incontrate

Rituals è stata la prima impresa di Raymond Cloosterman, ed è ancora oggi il CEO di Rituals. Nel 2018 aveva un patrimonio netto di 240 euro.

Le maggiori difficoltà nella sua primi passi da imprenditore sono state la mancanza di esperienza, di capacità di marketing e di finanze. Per fortuna, aveva un'idea molto solida, con una filosofia ancora più ispiratrice.

All'interno di Rituals, i fallimenti sono considerati parte dell'approccio innovativo per raggiungere la migliore esperienza per il cliente. Questo significa che alcune linee di prodotto sono state testate e cancellate, cosa non sempre facile per il fondatore, che bilancia la passione per i prodotti, ma deve anche confrontarsi con ciò che i clienti vogliono (e non sempre le due cose coincidono).

Come e perché la persona ha avuto successo, lezioni apprese

C'è un grande potere in un desiderio. Un desiderio è il punto di partenza di un'intenzione, un obiettivo. Raymond crede che esprimendo il tuo desiderio, tu stia orientando il tuo focus verso quell'obiettivo. Di rimando, quel focus inizierà un movimento di energia che, ricevuta l'attenzione che merita, crescerà e vi ricompenserà con la realizzazione. Se il vostro desiderio è realistico, naturalmente.

Quando aveva 20 anni, molto prima che il libro "The Secret" fosse scritto e diventasse un enorme successo, fece una lista di cose che voleva ottenere nella sua vita. A volte si dimenticava della sua lista, ma quando riemergeva, sempre in momenti inaspettati, Raymond aggiungeva cose nuove o cancellava ciò che non era più rilevante. Ma è sorprendente il fatto che molti di questi desideri, aspirazioni e sogni - alcuni dei quali dimenticati da tempo - si sono avverati nel corso degli anni. Alcuni si sono concretizzati in un tempo relativamente breve; altri hanno impiegato anni per realizzarsi. Ma può tranquillamente dire di sentirsi fortunato.



Questi sono miracoli, si chiede spesso? Ti piacerebbe! Lui è convinto che i propri sogni non si realizzino da soli. Allo stesso modo in cui non vinceremo alla lotteria se non compriamo un biglietto. Per avere successo devi dare ai tuoi desideri la tua energia, concentrazione e attenzione; devi mettere in moto la ruota dei desideri.

Quindi, la prossima volta che desideri qualcosa, poniti questa domanda: sono disposto ad tentare davvero e fare tutto il necessario? Se la risposta è sì, allora è probabile che i vostri desideri possano sbocciare in qualcosa di bello!

Lezioni apprese

Sembra che i migliori business plan fossero e siano ancora basati su alcune filosofie molto solide e su un insieme di principi aziendali, anche in relazione alla sostenibilità.

Situazione attuale e consigli per il successo

Nel 2018, Rituals è stato visto come uno dei marchi in più rapida crescita nei Paesi Bassi, con una rete di quasi 600 punti franchising in tutto il mondo, con un fatturato di 544 milioni di euro nel 2017.

Consigli per il successo

- Essere accessibili è fondamentale per un marchio.
- Il servizio è un elemento importante ma anche impegnativo.
- Infine, ma non meno importante, la semplicità. Per i clienti è importante che sia facile acquistare i prodotti.

Conclusione

Raymond Cloosterman dimostra che avere una filosofia e dei principi sia molto più importante rispetto a un business plan tecnico. Naturalmente, i piani ben ponderati devono essere fatti, ma derivano sempre dalla filosofia e dai principi. All'interno della sua azienda Rituals, viene dato spazio all'innovazione, che a volte può portare al fallimento di iniziative e linee di prodotto. Eppure sono un rischio collaterale dell'innovazione e un segreto per un ulteriore successo.

