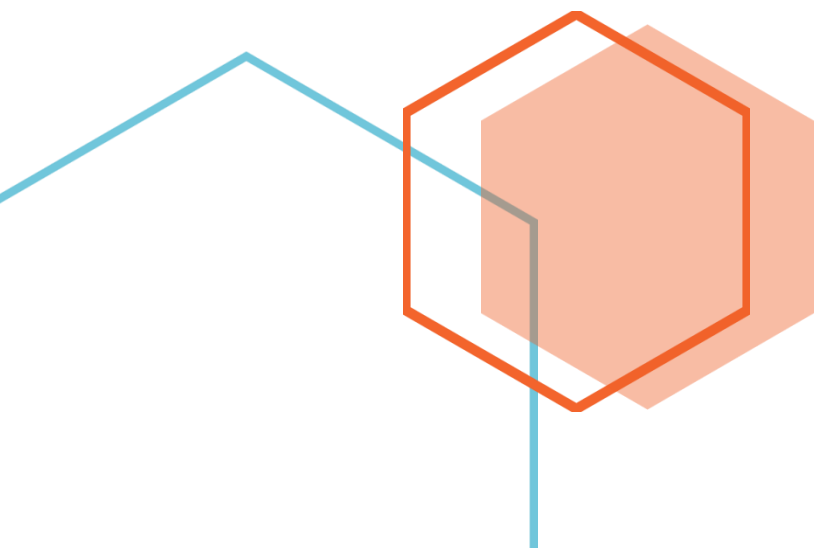




[Raymond Cloosterman]

[Holandia]

" Dostępność ma kluczowe znaczenie dla marki!"





Doświadczenie osoby

Rituals to jego pierwsze duże doświadczenie w biznesie, po kilku latach pracy w Unilever, międzynarodowej firmie, która między innymi produkuje również szeroką gamę produktów kosmetycznych.

Przy niewielkich budżetach marketingowych i niewielkich umiejętnościach przedsiębiorczych, start firmy był kłopotliwy, z niewielkimi marżami, zmianami personalnymi, dostawami składników itp.

Studiował ekonomię biznesu w Rotterdam School of Management i uzyskał tytuł MBA na Uniwersytecie Michigan.

Wstęp

W 2000 roku Raymond Cloosterman założył markę kosmetyczną i lifestylową Rituals. Zainspirowany starożytnymi wschodnimi filozofiami i tradycjami, takimi jak zasady taoizmu i praktyki tureckiej łaźni, Rituals oferują przystępną cenowo, ale luksusową kąpiel, pielęgnację skóry i produkty domowe, które czerpią z naturalnych składników, które były używane przez wieki. Podczas swoich podróży po świecie, Cloosterman poszukiwał wglądu w rośliny, których w różnych kulturach używano do stworzenia dobrego samopoczucia i relaksu zarówno dla ich ciał, jak i domów, i wprowadził te same elementy do swojej nowoczesnej marki.

W 2017 Rituals osiągnęła obrót roczny w wysokości 544 milionów euro.

Pierwsze kroki w przedsiębiorczości i napotkane trudności

Rituals było pierwszym przedsięwzięciem Raymonda Cloostermana i do dziś jest on CEO w Rituals. W 2018 r. miał udziały o wartości netto 240 euro.

Głównymi trudnościami w jego wczesnej działalności gospodarczej były brak doświadczenia, brak umiejętności marketingowych i finansów. Na szczęście miał bardzo solidny pomysł, z jeszcze bardziej inspirującą filozofią.

W Rituals, porażki są uważane za część innowacyjnego podejścia do osiągnięcia najlepszych doświadczeń z klientem. Oznacza to, że niektóre linie produktów zostały przetestowane i odrzucone, co nie zawsze było łatwe dla założyciela, równoważąc pasję do produktów, ale także mając do czynienia z tym, czego chcą klienci (co nie zawsze jest tym samym).

Jak i dlaczego osoba odniosła sukces, jakie wyciągnęła wnioski

W życzeniu jest wielka moc. Życzenie jest punktem wyjścia intencji, jest celem. Raymond wierzy, że wyrażając swoje życzenie, kierujesz swoją uwagę na ten cel. W zamian, to skupienie rozpocznie ruch energii, który, biorąc pod uwagę, na jaką zasługuje, będzie wzrastał i nagrodzi cię spełnieniem. Jeśli twoje życzenie jest realistyczne, oczywiście.

Kiedy miał 20 lat, na długo przed napisaniem książki "The Secret", która odniosła ogromny sukces, sporządził listę rzeczy, które chciał osiągnąć w swoim życiu. Czasami zapomniał o swojej liście, ale zawsze powracała w nieoczekiwanych momentach i dodawał nowe rzeczy lub wykreślał to, co już nie ma znaczenia. Ale było to niesamowite, że wiele z tych życzeń, pragnień i marzeń - niektóre z nich od dawna zapomniane - spełniło się na przestrzeni lat. Niektóre z nich zmateriałizowały się w stosunkowo krótkim czasie, inne spełniły się po latach. Ale może z radością powiedzieć, że czuje się szczęśliwy, mimo wszystko.

Czy to cuda, o które często pyta? Życzcie sobie! On wierzy, że





jego marzenia nie spełniają się same w sobie. W ten sam sposób, w jaki nie wygramy na loterii, jeśli nie kupimy kuponu na loterię. Aby odnieść sukces, musisz dać swoim życzeniom energię, skupienie i uwagę; musisz uruchomić koło życzeń.

Więc następnym razem, gdy będziesz chciał czegoś sobie życzyć, zadaj sobie to pytanie: czy naprawdę jestem skłonny pójść za tym i zrobić wszystko, co trzeba? Jeśli odpowiedź brzmi "tak", to jest szansa, że twoje życzenia mogą po prostu rozkwitnąć w coś pięknego!

Wyciągnięte wnioski

Wydaje się, że najlepsze biznesplany były i są nadal oparte na bardzo solidnych filozofiach i zestawie zasad biznesowych, również w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju.

Obecna sytuacja i wskazówki dotyczące sukcesu

W 2018 Rituals były postrzegane jako jedna z najszybciej rozwijających się marek w Holandii, z siecią blisko 600 punktów franczyzowych na całym świecie, z obrotami w wysokości 544 milionów euro w 2017 roku.

Wskazówki dotyczące sukcesu

- Dostępność ma kluczowe znaczenie dla marki.
- Usługa jest ważnym elementem, ale również stanowiącym wyzwanie.
- Wreszcie, co nie mniej ważne - prostota. Klienci uważają, że ważne jest, aby łatwo było kupować produkty.

Podsumowanie

Raymond Cloosterman pokazuje, że posiadanie filozofii i pewnych zasad jest o wiele ważniejsze niż techniczny biznesplan. Oczywiście, dobrze przemyślane plany są tworzone, ale zawsze wywodzą się z filozofii i zasad. W ramach firmy Rituals, jest zapewnione miejsce na innowacje, co czasami może prowadzić do niepowodzenia inicjatyw i linii produktowych. Są one jednak częścią ryzyka innowacji i sekretem dalszego sukcesu.