

TAGCITY

EEN COMMUNITY VOOR KORTINGSBONNEN

De Kortrijkse starter TagCity giet het succes van papieren kortingsbonnen in een digitaal zakenmodel. KAREL CAMBIEN



35

DUIZEND MENSEN

gebruiken de digitale kortingsbonnen van TagCity.

TagCity biedt kortingen aan van onder meer Zalando, Neckermann, NMBS, Ici Paris en Center Parcs. De oprichter Pieter-Jan Vanneste heeft al 285 bedrijven overtuigd om in zijn verhaal mee te stappen. Op de website van TagCity kunnen de bezoekers zien welke kortingen en acties er zijn bij welke bedrijven en vinden ze ook informatie over toekomstige acties. Per maand komen al

zo'n 15.000 bezoekers langs op de website van TagCity. Volgens Vanneste is het grote verschil met de concurrenten, zoals de Vlaamse startup Earnieland, dat TagCity een gemeenschap wil bouwen. "We belonen mensen als ze hun shopervaringen publiceren op onze site. In ruil stijgen ze in het maandklassement en winnen ze leuke prijzen. We willen zo veel mogelijk consumenten samenbrengen in een com-

munity. Daar kunnen ze zien welke webshop andere gebruikers betrouwbaar vinden en welke niet." De handelwetenschapper Vanneste is ook thuis in zoekmachine-optimalisatie. Hij weet hoe hij zijn website hoog moet positioneren bij de zoekresultaten van Google als mensen zoeken op woorden als 'kortingen' of 'kortingsacties'. TagCity is een merk van de commanditaire vennootschap Euro Group, die Van-

neste in 2013 met eigen middelen oprichtte. Binnenkort wordt ze omgevormd tot een bvba. Vanneste nam ondertussen een medewerker in dienst en investeerde het gros van zijn startkapitaal — 15.000 euro — in zijn website. Zoals de zaken nu lopen, rekt de starter erop snel het break-evenpunt en een behoorlijke omzet te halen. Vanneste wil de komende drie jaar 75.000 euro kapitaal ophalen. ©