

‘Retailer heeft last van koudwatervrees’

29-11-2006 00:00

De meeste retailers zeggen een multichannelstrategie belangrijk te vinden voor bandversterking met de klant, terwijl in de praktijk koudwatervrees overheerst. Vooral vanwege de eisen die een multichannelstrategie stelt aan de organisatie, processen en systemen.

Dit concluderen Linda Nieuwenhuis en Marileen Kan van Magnus Management Consultants na een onderzoek naar succesfactoren bij multichannelmanagement. Multichannelstrategie is het op maat informeren van de juiste klant via het juiste informatiekanaal. De gebruikte contactkanalen, bijvoorbeeld sms-service, email en narrowcasting, dienen elkaar daarbij te versterken.