

'HEMA en Ahold meest omnichannel'

17-03-2014 00:00

HEMA en Ahold komen als traditionele retailers in ons land het dichtst in de buurt van een omnichannelorganisatie. Dat stelt principal Matthijs Rosman van BoerCroon in de Shopping2020-special in RetailTrends 3. Rosman is voorzitter van de expertgroep Omnichannelorganisaties.

HEMA is sterk in het mobiliseren van het offline kanaal via online, stelt Rosman. Bij Ahold ziet hij een extreme toewijding aan omnichannel. "Men was sceptisch over hun pick-up points, maar uiteindelijk spelen ze nu al in op een toekomstige behoefte en gaan de afhaalpunten boven verwachting goed." Daarnaast wijst hij erop dat het retailconcern bezig is met de integratie van albert.nl in ah.nl. Daarmee maakt Ahold volgens hem stappen om hun business te vereenvoudigen voor de consument, 'in plaats van on- en offline als aparte onderdelen te beschouwen.'

Ook Coolblue komt volgens Rosman dicht in de buurt van een omnichannelorganisatie. "Maar zij zijn zonder legacy en rugzak begonnen, en slepen geen anker mee van oude systemen en werk- en bedrijfsprocessen." Daardoor kan de organisatie volgens hem sneller richting omnichannel bewegen.

De expertgroep stelt dat er momenteel geen retailer is die volgens zijn opgestelde definitie van omnichannel werkt. Vooral organisaties met een lange historie hebben volgens Rosman moeite met de omslag richting omnichannel. In RetailTrends 3 gaat hij in op definitie van omnichannel en hoe retailers daar naar kunnen handelen. "Durf te experimenteren en te falen", geeft hij hen mee.

Verder in de Shopping2020-special een interview met directeur Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org en projectmanager Jorij Abraham, een groot onderzoek van GfK en een voorbeeld van een shopping journey in 2020. Verder komt de voorzitter van expertgroep Supply Chain aan het woord en geeft de expertgroep Selection een overzicht van tools uit de retailpraktijk, op weg naar 2020.