

Score bouwt crosschannelstrategie uit

22-05-2014 14:53

Score zet met een nieuwe webshop en de lancering van een app in op een crosschannelbeleving. Zo biedt de modeketen sinds vorige week click & collect aan voor alle tachtig vestigingen. Dat laat marketingmanager Simone Nass weten aan RetailNews.

Score heeft de backend van zijn webshop vernieuwd, waarna de nieuwe site vorige week live is gegaan. De actuele voorraad per winkel is nu voor consumenten inzichtelijk, aldus Nass. Een dienst als click & collect is daardoor mogelijk, terwijl Score ook bezig is om check & reserve uit te rollen.

De omzet door de nieuwe diensten wordt geboekt bij het kanaal waar de order plaatsvindt. Ook de twee franchisenemers van Score omarmen volgens Nass de crosschannelstrategie van de franchisegever. "Zo zien ze bij check & reserve de extra opbrengsten direct in hun eigen kassa terechtkomen."

De websites van Score voor de smartphone en de tablet worden op korte termijn gelanceerd. "Die zijn qua look en feel gelijk aan de desktopversie, om de consument dezelfde ervaring te geven", aldus de marketingmanager. Onder meer de zoekfunctie en het afrekenmoment is geoptimaliseerd voor de kleinere devices met behulp van bijvoorbeeld grotere knoppen.

Hoewel de desktop van alle online kanalen nog altijd goed is voor meeste omzet, zijn de verkopen via vooral de tablet groeiende. De smartphone wordt vooral als oriëntatiekanaal ingezet, geeft Nass aan. "Zo kan de winkelende consument straks snel op zijn mobiel zien welke producten voorradig zijn."

De volgende stap is de lancering van een app, die voor komende zomer gepland staat. Die moet vooral gezien worden als vervanging van de loyaliteitspas, stelt zij. In de winkels wordt dan niet de barcode op de pas, maar op de telefoon van de klant gescand.