

## **‘Juweliersbranche is te laconiek over e-commerce’**

12-06-2014 12:56

Retailers binnen het juwelierssegment hebben een te afwachtende houding als het gaat om e-commerce en omnichannel retailen. Dat stelde mede-eigenaar en ceo Alon Ben Joseph van de Nederlandse juweliersketen Ace Jewelers donderdag op het congres Shopping Tomorrow.

Juweliers zonder e-commercestrategie staan moeilijke tijden te wachten, aldus Ben Joseph. Om hun onderneming toekomstbestendig te maken, is het noodzakelijk dat ze snel stappen ondernemen. “Dat begint heel eenvoudig met registreren van een URL en een social media-account. Het zal je verbazen als je weet hoeveel juweliers dat nog niet hebben.”

Wie online niet aanwezig is, wordt volgens hem door de consument niet langer serieus genomen. “Juweliers zijn in dat opzicht te laconiek. Dat komt wellicht doordat onze branche al zo lang bestaat in de huidige vorm. Dat mensen sieraden dragen, wordt namelijk al beschreven in oude boeken als de bijbel.”

De topman besloot in 2008 om Ace Jewelers te transformeren tot een multichannel onderneming. Inmiddels beschikt de retailer over een platform met drie online boetieks die respectievelijk sieraden, zonnebrillen en horloges verkopen. “Dat we voor drie labels hebben gekozen, is om ons brede assortiment zo pasklaar aan consumenten aan te bieden. Shoppers krijgen al genoeg informatie over zich heen.” Het online kanaal is goed voor circa twintig procent van de omzet, aldus de topman.

Met onder meer dienstverlening vanuit Ace Concierge Service en augmented reality wil de retailer online persoonlijke service bieden. Het online kanaal zorgt met bijvoorbeeld de live chatfunctie voor betere interactie met klanten, zegt de topman. Een dialoog met consumenten is volgens hem onmisbaar. “Vooral voor kleine en middelgrote retailers in het juwelierssegment lijkt het taboe om te reageren op wat klanten willen. Je moet je echter laten dirigeren door jouw consument.”

Ace Jewelers lanceerde het huidige platform begin 2013. De online boetieks worden elke drie jaar afgeschreven. Dat is volgens Ben Joseph nodig om relevant te blijven. Ook op fysiek vlak zet de retailer in op innovatie. Zo ondergaan de winkels een restyling. “En we willen binnen vijf jaar een buitenlandse vestiging openen”, aldus Ben Joseph. “Azië en de Verenigde Staten staan hoog op ons verlanglijstje.”