

## **‘Brillenwinkels houden fysieke toekomst’**

01-09-2014 00:00

Optiekwinkels hebben weinig te vrezen van de opkomst van e-commerce. Dat zegt marketingdeskundige Paul Moers in De Financiële Telegraaf.

Bij de aanschaf van een bril zullen consumenten altijd advies nodig hebben, want het is niet zoiets als een paar laarzen, aldus Moers. “Dit is zoiets persoonlijks dat online maar een beperkte rol zal spelen. Je moet er vertrouwen in hebben dat je ogen goed gemeten zijn.”

Investeren in de persoonlijke aandacht aan consumenten is dan ook een slimme zet, stelt retaildeskundige Sabien Duetz. Eye Wish Opticiens doet dat volgens haar goed. “Dat is echt de trend, want mensen zijn onzeker bij de aanschaf van een bril. Mensen willen echt geholpen worden.”

Brillenwinkels moeten daarnaast voor shoppers een aangename plek worden. “Noem mij nou eens een leuke brillenwinkel? Het is veel te vaak een kille boel, te veel geëxploiteerd vanuit de specialisten.”