

Ropers: 'Online retail groeit uit tot partnernetwerk'

12-09-2014 00:00

Online retail wordt uiteindelijk een netwerk waarbij etailers partners zijn en consumenten vrij bewegen tussen de verschillende aanbieders. Dat stelde ceo Daniel Ropers van bol.com dinsdag tijdens het jubileumevent van RetailTrends Media.

Elke partij die in een bepaald opzicht uitblinkt, zou zich volgens Ropers moeten aansluiten bij een netwerk. "Dan wordt de kennis van partij A, de service van partij B en de prijs van partij C bereikbaar voor consumenten. In zo'n situatie gaat het om de waarde van kennis in plaats van om marges."

Doordat alle informatie via internet beschikbaar is, zijn klanten immers altijd op de hoogte van welke retailer bijvoorbeeld de beste prijzen of de beste service biedt. Als gevolg leggen consumenten de lat steeds hoger en verwachten ze steeds meer van retailers, op elk vlak. Voor retailers maakt het dat lastig om hun unieke assets te verwaarden. "Het valt niet mee om in alle opzichten aan die eisen te voldoen."

Daarnaast dankten veel fysieke retailers hun bestaansrecht aan hun 'middle of the road-assortiment' en hun geografische dominantie. Inmiddels is dat aanbod altijd en overal bereikbaar met vaak een lager prijskaartje, schetst Ropers. "De kans op groei bij bricks is te verwaarlozen. Online groeit echter elk jaar met tien procent en dat gaat versnellen."

Als reactie duiken fysieke retailers 'massaal in een stormloop' op online aanwezigheid, maar het is lastig om daarmee zwarte cijfers te schrijven. "Een fysieke marktleider kan niet verwachten dat hij dat online ook wordt. Het kost tonnen om alleen al 'running in the game' te blijven."