

EtailTrends 5: Bax-shop, Makro en thema Logistiek

19-09-2014 01:00

Bax-shop.nl groeit hard door onder meer zijn productgroepen uit te breiden en fysieke winkels te openen, maar laat het groeikader altijd bepalen door de klant. "Wat wij willen is minder van belang dan wat de klant wil", zegt medeoprichter Jochanan Bax in EtailTrends 5. "Je ziet dat wij vanuit onze core business expanderen en dat de richting telkens wordt bepaald door reacties uit de markt."

Daardoor kwam de etailer vanuit apparatuur voor dj's terecht in muziekinstrumenten. In 2012 werd de marktpositie versterkt met een flagshipstore in Goes. Daarnaast is bax-shop.nl online actief in België, Frankrijk en Duitsland. De eerste buitenlandse stenen vestiging opende onlangs in Antwerpen en dit najaar staat de stap naar Groot-Brittannië op het programma. **Bax-shop** is volgens Bax niet bang voor expansie, al dan niet door overnames. "Maar we gaan geen gekke bokkensprongen maken. Daarnaast vind ik het belangrijk dat er een match is tussen de mensen die bij zo'n overname betrokken zijn."

In het **thema Logistiek** aandacht voor de manier waarop retailers zoeken naar de balans tussen kostenefficiëntie en optimale klantbediening. Zo wordt de oprukkende afhaaleconomie en de manier waarop retailers kunnen profiteren van retouren belicht. Toine van der Heijden beschrijft zes wereldwijde bezorgexperimenten die zich ook goed lenen voor de Randstad. Via Google Express kunnen consumenten bijvoorbeeld inkopen vanuit de zoekmachine, waarna de bestelling binnen enkele uren wordt afgeleverd.

Oprichter Danny Campion van **strooizout.nl**, **gazon.nl** en **tuinendier.nl** laat zien dat webshops ook bulkproducten kunnen verkopen. "Er zit een kleine marge op strooizout, maar als je de logistiek goed hebt georganiseerd, kun je ook de last mile overbruggen en zelfs winst maken als je met een hoge omloopsnelheid je break-even passeert", zegt hij in gesprek met Marcel te Lindert.

Makro heeft in twee jaar tijd een soepel functionerende organisatie voor zijn e-fulfilment opgezet. Head of e-commerce & digital Fabienne Linschoten beschrijft dit proces. "We hebben bij het gekke af geklokt hoe lang processtappen duurde", vertelt ze. Dat was een intensieve klus, maar het maakt wel duidelijk waar nog het een ander te verbeteren valt. "Uiteindelijk zie je de winst terug in je processen."

Verder in EtailTrends 5:

- Fietsenwinkel.nl dat op een zo volledig mogelijk begrip van zijn klanten focust
- De visie van JosDeVries The RetailCompany op de merkbeleving van pure players
- Marina Kleijn van Bosselaar & Strengers Advocaten over de nieuwe regelgeving voor etailers in Europa
- De vaste rubrieken Upgrade en Newsfeed

EtailTrends 5 verschijnt samen met het jubileumnummer van RetailTrends. [Klik hier voor meer informatie over een jaarabonnement voor elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.](#)