

Selfridges steekt miljoenen in e-commerceplatform

08-10-2014 14:00

Selfridges investeert de komende vijf jaar veertig miljoen pond (51 miljoen euro) in de ontwikkeling van e-commerce. Het Britse warenhuis wil voor de wereldwijde markt bereikbaar zijn via verschillende kanalen en heeft daarom een nieuwe website gelanceerd. Daarnaast investeert het warenhuis in een nieuwe app en in de uitbreiding van zijn click & collect service, zo schrijft FashionUnited. Het is de eerste update aan het onlineplatform sinds de lancering in 2010.

De nieuwe website, die wekelijks gemiddeld een miljoen bezoekers trekt, is uitgerust met een responsive design. Daarnaast heeft de site nieuwe functies zoals een quick view en een wensenlijst. Naast de technische verbeteringen heeft Selfridges op de homepage meer plaats gemaakt voor redactionele content en zijn er honderd merken aan de webwinkel toegevoegd, waaronder Victoria Beckham, Burberry en Bruno Cucinelli.

"Het is een integrale website, maar er zijn ook grotere projecten in aantocht, zoals wifi in de winkel", aldus hoofd digitale marketing Clair Higgings. "Tevens denken we na over meer interactie tussen klanten en merken, de uitbreiding in het buitenland en hoe we het aanbod kunnen lokaliseren."

Sinds de lancering van selfridges.com in 2010 is de onlineverkoop jaarlijks verdubbeld. Inmiddels is tachtig procent van alle merken en producten uit de winkels ook in de webshop te koop. De site levert aan zestig landen, waarvan Hongkong, China, de Verenigde Staten, Australie, Singapore en Frankrijk naast thuisland Groot-Brittannië de grootste zijn.