

'Winst niet het hoogste doel voor Jumbo.com'

03-12-2014 00:00

Jumbo geeft de winstgevendheid van zijn onlangs geopende webwinkel niet de hoogste prioriteit. Dat zegt e-commercedirecteur Roland van den Berg tegen het Britse online magazine Essential Retail. "Het belangrijkste doel is het creëren van fans."

De opening van de webwinkel is volgens Van den Berg niet volledig financieel gedreven, maar moet in eerste instantie de klant centraal stellen. "De online winkel moet eraan bijdragen dat het merk Jumbo meer loyaal wordt naar zijn klanten." Het oorspronkelijk doel van Jumbo was volgens hem het vormen van fans. "Maar nu is het doel het creëren van omnichannel Jumbo-fans."

Jumbo opende vorige maand zijn webwinkel op Jumbo.com en startte tegelijkertijd met het openen van afhaalpunten, zowel in en naast de winkel als op andere locaties. Het doel van Veghelse supermarktketen is om zo snel mogelijk een landelijk dekkend netwerk van afhaalpunten te hebben, zegt Van den Berg. "Thuisbezorging is iets dat we overwegen voor de toekomst", laat hij verder weten. Het e-fulfilmentcenter is volgens hem zo opgezet dat producten eenvoudig thuis te bezorgen zijn.

Concurrent Albert Heijn startte al jaren terug met het thuisbezorgen van boodschappen, terwijl de eerste pick-up points in 2012 geopend werden. Dat Jumbo zo lang met zijn webwinkel heeft gewacht komt volgens Van den Berg door de relatief kleine online boodschappenmarkt in ons land. Daarnaast is de retailer vooral druk geweest met zijn fysieke winkels, na de overnames van Super de Boer en C1000. "We zeggen dat we de laatste retailer zijn die online gaat, maar dat we de ambitie hebben om de beste te zijn."

De naderende afronding van integratie van de C1000-winkels geeft Jumbo volgens hem ruimte om verder te werken aan zijn digitale aanwezigheid. Ook focust de supermarktketen zich op de uitrol van zijn Foodmarkt-concept, zegt Van den Berg. "We zien veel mogelijkheden in de toekomst, maar we hebben op dit moment geen plannen voor een internationale expansie."