

Lucardi wil online omzetaandeel verdubbelen

08-12-2014 07:59

Juweliersketen Lucardi denkt binnen vijf jaar dertig procent van zijn omzet uit online activiteiten te kunnen halen. Momenteel zijn de webverkopen goed voor vijftien procent van de totale omzet. Dat laat managing director Theo Koomen weten in het decembernummer van RetailTrends.

Koomen kijkt met een schuin oog naar Engeland, waar de branche vooroploopt en een vergelijkbare juwelier twintig procent van zijn omzet online behaalt. "Maar als we onze omnichannelstrategie zo doorzetten, gaan we hier binnen vijf jaar overheen."

Begin volgend jaar introduceert Lucardi click & collect in zijn winkels, waardoor klanten online bestellingen nog dezelfde dag in de dichtstbijzijnde winkel kunnen ophalen. Verder kunnen klanten vanaf maart online hun sieraden compleet naar wens samenstellen. Nu al kunnen medewerkers in kleinere winkels niet-voorradige artikelen direct in de webshop bestellen, terwijl de klant meekijkt.

Lucardi past zijn winkeloppervlaktes al aan op de omnichannelstrategie, zegt Koomen. Zo worden de grote filialen in bijvoorbeeld Rotterdam en Amsterdam nog groter, met een zo ruim mogelijk assortiment. De juweliersketen wil daarnaast over meer kleine winkels in bijvoorbeeld wijkwinkelcentra beschikken. "De handige juwelier, die snel je horlogebandje en batterijtje vervangt. Hij heeft minder op voorraad, maar leunt meer op e-commerce."

Koomen gaat in het decembernummer van RetailTrends in op de innovaties die hij op termijn graag bij Lucardi Juwelier wil invoeren. Verder bespreekt hij de tegenvallende resultaten op bol.com, vertelt hij over het nieuwe loyaliteitssysteem van de winkelketen en blikt hij terug op het faillissement van concurrent Siebel. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.