EtailTrends 1: The Cloakroom, Het Rode Gevaar en dossier RetailSites

16-01-2015 11:18

Het wordt drukker en drukker op het Nederlandse e-commercespeelveld. Gevestigde retailers reageren op 'het online gedrang' met extra mail, meer social media en versterkte omnichannel. Dat blijkt uit het jaarlijkse dossier **RetailSites 2015**, waarvoor EtailTrends afgelopen maand zo'n tweehonderd retailers op twaalf facetten van onlinemarketing vergeleek.

Vorig jaar bracht EtailTrends in kaart welke winkelketens het ophalen en retourneren in de winkel mogelijk maken. Dit jaar wordt daar verder op ingezoomd door te inventariseren welke retailers hun lokale winkelvoorraad online zetten en hoe die dienstverlening klanten van het web terug naar de winkel dirigeert. RetailSites 2015 tekent de tussenstand op en identificeert de kansen.

Het grootste taboe onder fashion etailers? Dat zou zo maar het retourpercentage kunnen zijn. In de strijd dit percentage terug te schroeven wordt nadrukkelijk naar pastools gekeken. **Kan technologie het pasprobleem oplossen?** Een snelle check levert al tien verschillende tools op. 'Pas als grote fashionspelers fitting-tools omarmen, wordt de markt verder opengebroken', schrijft Suzanne Geurts.

Geen voorraad, geen deal, luidt het credo in e-commerce. Desondanks bestaan er in ieder geval twee webshops die succesvol zijn zonder artikelen op voorraad te hebben: **Vente-Exclusive.com en HelloFresh**. Beide etailers kopen de artikelen pas in op het moment dat alle orders geplaatst en geconsolideerd zijn, ziet Marcel te Lindert. Dat vergt echter wel de nodige voorbereiding en afstemming met leveranciers.

De Chinezen komen! Chinese e-commerce is sterk in opkomst en dat gaan we hier voelen, horen en lezen we steeds vaker. Maar waar zit nu precies het gevaar? Niels Achtereekte zocht het uit. 'Het grote vertrouwen van Nederland in e-commerce, maakt ons land aantrekkelijk voor China.'

"Ons doel? 24/7 in heel Europa." Het online personal shopper-concept **The Cloakroom** zette zijn eerste stappen in Nederland, maar kijkt gretig over de grens. Ondertussen worden ook in Denemarken, Zweden, België en het Verenigd Koninkrijk mannen gekleed. Nick Möller sprak met oprichter Asbjørn Jørgensen. "Onze doelstelling is de meest klantvriendelijke retailer van Europa te worden."

Ook in EtailTrends:
- Albelli: Hoe verkoop je een product dat de klant eerst zelf moet maken?
- De vaste rubrieken Upgrade en Newsfeed

EtailTrends 1 is samen met het januarinummer van RetailTrends verschenen. Voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends en EtailTrends, klik hier.