

‘Retail onderschat opmars van Chinese e-commerce’

21-01-2015 15:01

Nederlandse retailers denken te eenvoudig over de kennis en mogelijkheden die een Chinese e-commercepartij als Alibaba in huis heeft. “De Amerikanen zijn al nerveus”, zegt hoogleraar e-marketing Cor Molenaar in het januarinumnummer van EtailTrends.

China streeft zijn ambitie na om in 2019 tien e-commercepartijen in de wereldwijde top-20 te hebben. Steeds meer Chinese etailers laten hun website vertalen naar het Nederlands en bieden eenvoudige en bekende betaalmethoden van bijvoorbeeld PayPal aan. E-commercegigant Alibaba stalt betalingen van online shoppers op een tussenrekening totdat de bestelling geleverd is. “Dat heeft het vertrouwen van het buitenland een flinke boost gegeven”, signaleert Molenaar.

Amazon staat volgens hem in de paniekstand om de opkomst van Chinese partijen. “Zij zal haar positie in Europa willen verstevigen en kan rare sprongen maken.” Dat spelers als Coolblue fysieke winkels openen is een reactie op de wereldwijde ontwikkelingen, aldus Molenaar. “Er is zelfs sprake van ontwikkeling naar 1-uurs-leverantie.”

Ondanks de beperkte grootte van de Nederlandse markt is ons land interessant voor Chinese partijen, stelt eigenaar Jacco Bouw van mailmarketingbureau Webpower. Hij verstuurt actiemails naar consumenten voor meerdere spelers uit het land. “Nederland is voor de Chinezen waanzinnig klein maar het vertrouwen in e-commerce is hier vrij groot, wat het weer aantrekkelijk maakt.”

In het januarinumnummer van EtailTrends gaan Cor Molenaar en Jacco Bouw verder in op de gevolgen van ‘het rode gevaar’. Zo gaan Chinese spullen steeds sneller opduiken in Nederlandse winkels in het straatbeeld, voorspelt Bouw. “Vooral bij kleding zie je dat nu al gebeuren.” Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.