

Ceo: 'IKEA startte e-commerce te laat'

03-02-2015 00:00

Met de lancering van de webwinkel in 2013 maakte IKEA te laat de stap naar online verkoop van zijn producten. "We realiseren ons nu dat e-commerce geen trend, maar een megaverschuiving is", zegt ceo Peter Agnelfjäll van de Zweedse meubelketen tegen The New York Times.

Consumenten kunnen inmiddels in circa de helft van de 27 landen waarin IKEA actief is, in de webwinkel bestellen. In Amerika is ongeveer zeventig procent van de 9500 producten online beschikbaar. Uiteindelijk moet dat negentig procent zijn. De internetverkopen van IKEA in de Verenigde Staten groeiden afgelopen jaar 35 procent.

Hoewel de keten er niet als eerste bij was, heeft IKEA volgens de ceo een volwassen denkwijze rond e-commerce ontwikkeld. Zo heeft de meubelretailer nu beter inzicht in hoe internet de verkopen in fysieke winkels kan aanjagen. "Consumenten zoeken naar een product op hun mobiele device, bekijken een bank in de vestiging en bestellen het product via het apparaat. Technologie is een 'driver' die we enkele jaren geleden niet zagen."

Volgens marktonderzoeker IBISWorld groeit de markt van online meubelverkoop in de VS de komende vier jaar naar meer dan 14,2 miljard dollar (12,5 miljard euro). In 2014 was dat nog circa tien miljard. IKEA had al jaren actief moeten zijn op het gebied van e-commerce, zegt managing director Peter Tourtellot van Anderson Bauman Tourtellot, dat gespecialiseerd is in verandermanagement. "Het was kortzichtig. IKEA raakte verstrikt in zijn eigen succes."