

Vogels: 'Amazon Prime niet lonend'

10-04-2015 00:00

Ondanks dat de prijs van Amazons bezorgabonnement is verhoogd, betaalt het zichzelf niet uit. Dat zegt de Nederlandse cto Werner Vogels van de e-commercegigant in het aprilnummer van RetailTrends.

Prime is tien jaar geleden opgericht om bestellingen sneller bij klanten te bezorgen door een tweedaagse, gratis levering. "We hebben de grens vorig jaar verhoogd naar 99 dollar, maar het betaalt zichzelf niet uit", aldus Vogels. De etailer heeft twintig miljoen producten op voorraad die zich lenen voor verzending via Prime. Daarnaast kunnen derden via het fulfilment-programma gebruikmaken van Prime.

De dienst is niet speciaal ontworpen om de klantloyaliteit te verhogen, maar het heeft wel dat effect, ziet Vogels. "Leveringssnelheid is natuurlijk cruciaal." Uit onderzoek van adviesbureau Millward Brown Digital bleek onlangs bijvoorbeeld dat consumenten met een bezorgabonnement bij Amazon, kijken voor een aankoop veel minder naar andere retailers kijken. Zo overweegt minder dan één procent van de Prime-leden tijdens een online sessie websites van grote retailers als Walmart of Target te bekijken.

Werner Vogels is op 16 april keynote spreker tijdens het jaarcongres What's going on in retailing?! in Amsterdam. Daar vertelt hij over de manier waarop Amazon e-commerce revolutioneerde. In het aprilnummer van RetailTrends geeft Vogels een vooruitblik. "Als wij bij Amazon niet zouden investeren in innovatie, dan zouden we binnen een paar jaar niet meer bestaan." Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.