

EtailTrends 3: Alibaba, Etrias en de marktplaatsen-battle

11-05-2015 22:00

Alibaba verkent nadrukkelijk zijn kansen in Europa. Het internetconcern leunt vooralsnog zwaar op thuisland China, maar de ambities gaan mondiaal. EtailTrends sprak met Ken Ardali, die als directeur International E-commerce verantwoordelijk is voor de verdere uitrol van Alibaba's platforms in Europa.

Alibaba is gigantisch in China, maar hanteert op de Europese markt de 'start-up methode'. "We kijken naar wat werkt en waar we goed in zijn. We willen het Chinese ecosysteem dat we ontwikkeld hebben in kleine stapjes doorontwikkelen voor de Europese markt", zegt Ardali tegenover China-correspondent Sjoerd den Daas.

Alibaba telt meerdere platforms, maar zet in Europa in op Tmall Global. "We willen bedrijven, van klein tot groot, helpen bij het verbeteren van hun exportpositie. Op dit moment verhandelen grote merken als Zara en Massimo Dutti hun waar al via Tmall Global. Recentelijk kwam daar Lancôme, onderdeel van L'Oréal bij." Ook G-Star, Flinders en Holland at Home hebben er al een shop geopend. Wie volgt?

Online consumenten besteden dit jaar naar verwachting 8,1 procent meer dan in 2014.

Pakketvervoerders groeien mee en bieden de klant steeds meer aflevergemakken. Toch is de consument niet vrij om het afleverproces naar eigen hand te zetten, constateert Marcel te Lindert. 'Waarom mag PostNL een pakket wel bij mijn bureaus afgeven, maar niet bij het afhaalpunt van DHL?'

Van studenten naar eigenaars van een miljoenenbedrijf. De drie stuwende krachten achter **webshop Etrias** lifestyle stores flikten het. Onlangs opende de vijftigste webshop én de eerste fysieke winkel. Nick Möller concludeert dat de jonge ondernemers nog lang niet zijn uitgeraasd.

"Per niche zijn een paar grote aanbieders en twee tot vier hele goede specialisten actief, waar wij tussenin zitten. Ten opzichte van de specialisten winnen wij het op basis van kennis van online marketing en programmeren. Dat is voor hen iets compleet nieuws, terwijl wij daarin gespecialiseerd zijn", zegt mede-eigenaar Laurens Ultee van Etrias.

Bij de grote bekende spelers als Coolblue en fonQ.nl ziet Ultee juist ruimte en markt 'die wij kunnen afpakken of innemen'. "Daarbij winnen of verliezen we niet zozeer, maar zien we nog voldoende ruimte om ernaast te staan. Dat is meestal al genoeg."

De online consument koopt straks alleen nog bij mega-marktplaatsen, is een veelgehoord toekomstscenario. Is dat nu een kans of juist een bedreiging? In het **thema Performance Marketing** een analyse. Verder een interview met coo Adam Ross van Zanox/AffiliateWindow over de toekomst van affiliates en performance marketing. En wat zijn de uitdagingen van de single customer view? 'Registreer gedrag in plaats van informatie te vragen.'

Amazon maakte dit jaar handig gebruik van de 1 april-manie op internet door één dag ervoor zijn **Dash Button** te introduceren. Een fysieke bestelknop voor verbruiksgoederen; geintje toch? De knop werd onder groot virtueel gelach ontvangen, maar bleek toch echt serieus. En dat zorgt voor discussie.

Ook in EtailTrends 3:

- Mobiel betalen als must
- Wolkyshop doet het zonder dc
- Check de kredietcheckers
- FonQ.nl is een etailer, Amazon.com niet

- De vaste rubrieken Upgrade en Newsfeed

Het meinummer van EtailTrends verschijnt gelijktijdig met RetailTrends op vrijdag 15 mei. Abonneren? Klik [hier](#)

.