

De zin en onzin van een app-only strategie

14-07-2015 12:21

Myntra en Flipkart fuseerden vorig jaar om samen de strijd tegen Amazon aan te gaan. Daarom zorgde het besluit van Myntra om per 1 mei door te gaan als app-only retailer voor wat opgetrokken wenkbrauwen. Consumenten kunnen niet langer op Myntra.com terecht om kleding aan te schaffen, maar moeten eerst zijn app downloaden. Nu ook Flipkart, moederconcern van Myntra, overstapt op een app-only strategie wordt het toch wel tijd om een korte, maar prangende vraag te beantwoorden: waarom?

Dat Flipkart later dit jaar de deuren van zijn webwinkel sluit mag overigens niet als een verrassing komen. Bij het besluit van Myntra maakte de etailer bekend dezelfde stap te wagen, als sluiting van de website het gewenste resultaat opleverde. Bovendien hadden beide retailers hun mobiele website al geruime tijd aangepast. Deze wijst bezoekers op de apps van de retailers en bevat verder amper content.

Mobile only

India verandert volgens Flipkart van een 'mobile first' naar een 'mobile only'-land. Sinds de etailer een mobile first-aanpak hanteert komt zeventig tot 75 procent van al het verkeer al binnen via de mobiele app. Dat percentage lag een jaar eerder nog op zes (!) procent. De etailer gokt erop dat de verwachte groei van de Indiase retailmarkt - een vertienvoudiging tot vijftig miljard dollar in 2020 - voor het grootste deel afkomstig is van smartphonegebruikers. Geschat wordt dat het aantal smartphonegebruikers in India gedurende diezelfde periode toeneemt van 150 naar vijfhonderd miljoen. Flipkart probeert deze nieuwe groep smartphonegebruikers voor zich te winnen, om vervolgens nooit meer los te laten.

Flipkart wil die groep consumenten namelijk niet met andere online retailers, zoals Amazon, delen. De Indiase etailer weet maar al te goed dat de stap van Flipkart naar Amazon in een browser snel gemaakt is. Bovendien hecht Flipkart veel waarde aan de data achter zijn online consumenten. "Het internet heeft een open indeling. Er zijn veel verschillende sensoren die detecteren wat je doet, en die informatie is snel toegankelijk. In een app zonder je je gedrag af", legt de Indiase investeerder en ondernemer Ajeet Khurana uit tegenover [The Economic Times](#).

Online retailers focussen zich op online marketingbureaus en het uitwisselen van advertenties om verkeer naar hun webshops te trekken. Zo wordt er massaal gejaagd op nieuwe klanten door gebruik te maken van websites en producten die zij recent hebben bezocht. Maar die cookies werken twee kanten op: zo kunnen ze bezoekers naar een bepaalde webshop trekken, maar ook andere bedrijven de ruimte bieden om consumenten te trekken naar hun website. "Met deze cookies van derden kan je winnen en verliezen", zegt Khurana. "Maar de grotere jongens hebben meer te verliezen."

Bol.com

Bol.com is één van de grote jongens in ons land. De Ahold-dochter liet het ontwikkelen van apps lange tijd over aan externe partijen. Nog geen jaar beschikt bol.com over eigen apps, laat staan dat er plannen zijn om een app-onlystrategie te hanteren. De etailer heeft al wel de waarde ontdekt van eigen apps, liet manager mobile Maurice Jongerius onlangs weten op het event E-commerce Live! De apps hebben volgens hem een verhogend effect op klanten, doordat de orderwaarde omhoog gaat. "En ze dragen duidelijk bij aan de omzet via tablets en desktop." Meer dan de helft van de klanten van bol.com gebruikt immers meerdere devices voor een bestelling. Dan leggen ze bijvoorbeeld de aankoop via hun smartphone in de winkelwagen, en rekenen ze die op de desktop af. "We zien de conversie op de desktop omhoog gaan. De mobile only-klant is in realiteit een minder goede klant, waar de klant die meerdere devices gebruikt juist de beste klant is."

Er zijn dan ook voldoende sceptici, die denken dat het sluiten van webwinkels nadelig werkt voor e-

commercebedrijven. Zo ook ceo Ranjit Nair van onderzoeksbureau Germin8. Consumenten kunnen volgens hem het idee krijgen dat etailers hen voor lief nemen door een belangrijk verkoopkanaal af te stoten. Daarnaast is er geen garantie dat ze op hun telefoon ruimte reserveren voor de app van een Flipkart. "Eerlijk gezegd zal ik als consument geërgerd zijn als ik eerst een app moet downloaden om te winkelen."