

Holland & Barrett van start met omnichannelstrategie

04-08-2015 06:53

Winkelketen Holland & Barrett heeft een app geïntroduceerd voor de Nederlandse markt. Het voormalige De Tuinen beschouwt de lancering als een eerste stap in de omnichannelstrategie.

De app ondersteunt het loyaliteitsprogramma Passie, dat in afgelopen april is gelanceerd. Niet alle klanten willen volgens de retailer deelnemen aan dat programma via een fysieke klantenkaart. Die drempel probeert Holland & Barrett weg te nemen met de app.

Klanten sparen bij iedere uitgegeven euro in de winkel punten, die een aantal keer per jaar omgezet kunnen worden in een waardebon. Die waardebon wordt per mail of post toegestuurd, maar kan ook via de nieuwe app verzilverd worden.

Holland & Barrett beschouwt de app als een digitale klantenpas, waarmee klanten onder meer inzicht krijgen in hun puntensaldo en hun gegevens kunnen wijzigen. De app krijgt later dit jaar ook een store locator. De retailer wil uiteindelijk naar een situatie waarbij alle klanten via de door hen gewenste kanalen persoonlijk advies kunnen krijgen.

Het klantenprogramma is vooralsnog alleen in ons land geïntroduceerd. Medio volgend jaar wordt het ook uitgerold naar België en naar de webwinkel.