

# Zalando: 'Internationale groei dankzij marktkennis'

24-08-2015 13:40

Zalando groeit hard in crossborder e-commerce dankzij zijn specifieke marktkennis en –aanpak. De etailer is inmiddels actief in vijftien landen en brengt van elk land het consumentengedrag nauwkeurig in kaart, vertelt een woordvoerder aan [Quartz](#).

In het hoofdkantoor bestuderen teams het aankoopgedrag van hun landgenoten, waarna de lokale website, het assortiment en de betaalmogelijkheden worden afgestemd op de voorkeur van de gemiddelde inwoner. “De grootste winst van Zalando in Europa is dat we ons hebben aangepast aan elke markt”, aldus de zegsman. Waar e-commerce in de Verenigde Staten eenvoudig is, is de Europese markt volgens hem erg complex. “Alle vooroordelen van nationaliteiten worden bevestigd.”

De klantenservice is in Zwitserland bijvoorbeeld een uur eerder beschikbaar dan in Duitsland, omdat consumenten daar eerder opstaan. Fransen kopen hun kleding vooral in de aanbieding, terwijl Italianen sterk emotioneel koopgedrag vertonen. Zo doen ze veel dure kleding in hun mandje, maar verwijderen ze de producten weer wanneer ze moeten afrekenen. Consumenten uit Scandinavië lopen volgens Zalando voorop als het gaat om e-commerce. Zo doen zij de meeste aankopen op mobiele devices, vergeleken met andere Europeanen. “Scandinavië is voor ons een goede markt, omdat zij online shoppen begrijpen.”

Donna Darthuizen, country cluster head Benelux, zei eerder dit jaar in EtailTrends al dat het belangrijk is om lokaal te kijken. De Duitse etailer weet inmiddels dat de benadering via onder meer marketing en reclame anders moet dan in het verleden. Zo werd ‘De schreeuw van Zalando’ hier met weinig enthousiasme ontvangen. “We kijken nu dichter bij huis met welke lokale partijen we de juiste klik kunnen maken met de klant.”