

Blokker experimenteert met dynamic pricing

06-10-2015 22:00

Blokker Holding voert bij een aantal webshops een dynamisch prijsbeleid in. Het gaat daarbij om producten die alleen online beschikbaar zijn.

Het retailconcern introduceert 'voorzichtig' bij een aantal winkelformules het zogenoemde Automated Dynamic Pricing System (ADPS), vertelt Nextail-directeur Antoine Brouwer aan [Twinkle](#). Het beleid wordt volgens hem voorlopig alleen online gevoerd. "Op fysieke winkels hebben die regelmatige prijswisselingen meer impact, maar ik sluit niet uit dat we daar ook dynamic pricing gaan toepassen."

Media Markt introduceerde vorig jaar een dynamisch prijsbeleid, waarbij de prijskaartjes in stenen vestigingen zijn vervangen door flatscreen e-readers. Daarop worden de prijs en productspecificaties realtime weergegeven. De prijzen van producten worden elke dag voordat de winkels openen volledig geautomatiseerd aangepast op basis van een vergelijking met concurrerende elektronicaretailers.

Brouwer noemde de ADPS Pricewatch onlangs in EtailTrends al één van zijn favoriete tools. "Dagelijks geeft hij inzicht in de productprijs vergeleken met andere aanbieders, het gemiddelde in de markt en de historie van producten." Blokker liet voorheen zijn robots de vergelijkingssites 'scrapen', aldus Brouwer. Die sites werden daardoor traag. "Zij leveren daarom nu maar al te graag hun data aan."

Bekijk de andere favoriete tools van Antoine Brouwer op [RetailWatching](#).