

V&D steekt website in het nieuw

03-11-2015 14:11

V&D heeft zijn website vernieuwd om efficiëntie- en kostenvoordelen te behalen. De warenhuisketen hoopt daarnaast met dit responsive platform beter in te spelen op wensen van klanten.

V&D heeft zowel de voorkant als backend van zijn online platform in een nieuw jasje gestoken. Zo zijn de afbeeldingen groter en zien bezoekers voortaan aan het begin van hun oriëntatieproces uitgebreidere productinformatie.

Klanten kunnen verder op de productoverzichtpagina de beschikbare kleuren en maten zien en een artikel op een verlanglijstje plaatsen. V&D beveelt eveneens bijpassende artikelen en producten die andere shoppers kochten aan.

Aan de achterkant is de website voorzien van een nieuw order managementsysteem. V&D kan daarmee de orders en retouren richting de shoppers en van en naar de vestigingen naar eigen zeggen beter managen.

Het systeem is een belangrijke ontwikkeling in toekomstige bestel- en leveringsmogelijkheden, stelt de retailer. "Ons doel is om elke klant het juiste product te adviseren", zegt directeur e-commerce Ken Fontijn. "Met het nieuwe platform en order managementsysteem hebben we hier veel meer mogelijkheden voor."

De warenhuisketen heeft voor de ontwikkeling van zijn site usability tests en consumentenonderzoek verricht. V&D zoekt meer contact met zijn klanten om nieuwe initiatieven te ontplooien. Zo lanceerde de retailer eerder dit jaar een platform waar consumenten kunnen reageren op onderwerpen als prijsstelling en assortiment. Daarnaast worden ze hier geïnformeerd over de wijze waarop de keten hun feedback verwerkt. Naar aanleiding van klantreacties test V&D bijvoorbeeld een personal shoppingservice in zijn vestigingen in Rotterdam en Almere.