

House of Einstein: 'De consument is overprikkeld'

11-11-2015 12:28

Consumenten zijn moe van het zien van alle producten, zowel in webshops als in winkels. Ze zijn overprikkeld door al het aanbod, zegt medeoprichter Mei Ling Tan van personalshoppingdienst House of Einstein in het novemбернаummer van EtailTrends.

Retailers moeten volgens Tan weten waar de klant naar op zoek is, dat laten zien en niet alles wat ze in huis hebben. "Het is raar om te denken dat iemand een keuze kan maken uit een rek vol spijkerbroeken."

Iemand die een fysieke winkel binnenkomt en duidelijk zijn geld wil uitgeven, krijgt zelden vragen over wie hij is en wat hij wil. De consument wordt dan volgens Tan iets opgedrongen, terwijl de verkoper geen idee heeft wie hij is. "Die arrogantie die je soms in de winkel merkt vinden wij de grootste fout die je kunt maken", aldus Tan.

House of Einstein beschouwt zich als een tegenhanger van een modeketen als Oger, omdat de etailer via FaceTime of Skype een aantal persoonlijke vragen stelt. "We weten hoe de gezinssituatie van onze klant eruit ziet, wat voor onderbroeken hij draagt en welke sport hij beoefent", zegt Tan. "Wij luisteren zoveel mogelijk naar de klant en sturen op basis daarvan een box."

Mocht House of Einstein ooit een winkel openen, dan wordt het volgens Tan dan ook geen traditionele winkel. In het novemбернаummer van EtailTrends vertelt ze samen met mede-oprichter Jantien Herfst hoe die eruit moet zien. Daarnaast gaan ze in op het belang van data en de ontwikkeling van startup naar scale-up. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)