

Alibaba mogelijk Europese markt op

20-01-2016 19:08

Alibaba kijkt voor verdere groei van zijn e-commerceplatform Tmall vooralsnog naar zijn thuismarkt. Op de lange termijn is het ook mogelijk dat de Chinese etailer de Europese markt gaat bedienen. Dat vertelde senior business development manager Fedor Deichmann woensdag op de Webwinkel Vakdagen.

Alibaba ziet de online populatie in China nog altijd flink toenemen, waarbij de meeste potentie op het platteland ligt. Daar krijgen steeds meer consumenten via hun smartphone verbinding met het internet. "De pc-fase wordt overgeslagen. Enerzijds omdat een computer te duur is en anderzijds vanwege het gemak van mobiel", aldus Deichmann.

Chinezen gaan volgens hem niet het web op om tijd te besparen, zoals in het Westen. "Ze doden de tijd online." Die houding heeft invloed op de manier van shoppen. Het draait volgens Deichmann bij Tmall niet alleen om verkopen, maar vooral om 'branding'. "Tmall is een toegangspoort naar merken als Apple en Nike, die veel Chinezen niet in de fysieke wereld tegenkomen."

Alibaba heeft voormalig topman Michael Evans van Goldman Sachs aangenomen om ervoor te zorgen dat meer van dat soort merken een 'flagshipstore' op Tmall openen. Bovendien zijn er vier 'landenambassadeurs' aangesteld, die het merk Alibaba vanuit Duitsland, Italië, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk op de kaart moeten zetten. "We zijn nu aan het internationaliseren", aldus Deichmann.

Voor de lange termijn bestaat er volgens hem een kans dat Alibaba zich ook op de Europese consument gaat richten. Dat vergt echter veel werk, stelt hij. "Dan moeten ten eerste de websites vertaald worden. En we weten ook nog niet of bijvoorbeeld een Duitser wel dezelfde producten wil kopen als de Chinese consument."