

Blokker Holding werkt steeds vaker met dynamische prijzen

12-02-2016 14:43

Blokker Holding is een jaar geleden begonnen met de uitrol van dynamische prijzen en gebruikt die bij steeds meer formules. "Vooralsnog passen we alleen een dynamisch prijsbeleid toe bij 'web-only' assortiment", zegt manager pricing Jos Mulder van innovatietak Nextail op [RetailWatching](#).

Mulder ziet de meeste potentie in producten die alleen online te koop zijn, omdat de longtail steeds groter wordt. "Die is nu al zo groot, dat je niet meer zonder geautomatiseerde prijzen kunt als je wilt dat die in lijn blijven met de alsmaar veranderende markt", stelt hij.

Om ook in de fysieke winkels gebruik te maken van dynamische prijzen moeten die over elektronische prijskaartjes beschikken. Daarvan liggen de kosten vooralsnog echter erg hoog, stelt Mulder. "Er zijn wel retailers in ons land die er gebruik van maken, zoals Makro en Media Markt, maar dan houdt het snel op."

Elektronische kaartjes worden volgens de manager pricing interessanter als ook NFC-technologie erbij betrokken wordt. Daarmee kan de retailer eenvoudig informatie ontsluiten. "Ik denk zelf dat wanneer de acceptatie daarvan toeneemt, de kosten van deze kaartjes teruglopen en de druk van online nog verder toeneemt, dit de toekomst gaat zijn", zegt Mulder.

Mulder beantwoordt op RetailWatching vier vragen over het dynamische prijsbeleid van Nextail. Op het congres What's going on in (R)etailing, dat op 7 april plaatsvindt, gaat hij in op de vraag of een dynamische prijsbeleid een kans of een must is en ligt hij ook de valkuilen toe. [Klik hier](#) voor meer informatie en aanmelding voor het congres.