

Alibaba strikt steeds meer Nederlandse retailers en merken

09-09-2016 07:25



Alibaba heeft de afgelopen maanden flink wat Nederlandse retailers en merken verwelkomd op zijn platformen. Bovendien is de Chinese etailer met ruim honderd bedrijven in gesprek, zo vertelde topman Roland Palmer van Alibaba Benelux op het Retail & Brands Festival.

Retailers als Albert Heijn, Ekoplaza, Flinders, D.I.O. en Boon's Markt hebben hun weg naar China inmiddels gevonden. Zij verkopen hun producten via b2c-platform Tmall Global, waarbij Albert Heijn zijn assortiment inmiddels heeft uitgebreid van zestig naar tweehonderd producten.

Verder zijn onder meer Unilever, Nutrilon, G-Star en Bolletje aangesloten op het platform Tmall. Palmer is enthousiast over de progressie die de Benelux-tak in vier maanden tijd gemaakt heeft, omdat het volgens hem doorgaans vijf maanden duurt voordat een retailer of merk is aangesloten.

Nu de verkopen in het Westen onder druk staan, kan een sprong naar China volgens Palmer uitkomst bieden. Het geeft je extra punten op de omzet. Bovendien kunnen retailers en merken gebruikmaken van alle data die Alibaba via zijn verkoop- en mediakanalen van de Chinese consument verzamelt. We analyseren zowel het koopgedrag van de consument, als wat hij doet op social media. We volgen klanten eigenlijk in hun leven. Daarmee zijn we een paar jaar verder dan wat ik in het Westen heb gezien.

Alibaba opende in mei een kantoor in Amsterdam en probeert zowel Nederlandse als Belgische retailers aan te sluiten op zijn platformen. Naast voormalig Blokker Holding-topman Roland Palmer is ook voormalig Blokker-directeur Jack Peters bij deze operatie betrokken.

