

'Dé omnichannel retailer bestaat nog niet'

09-09-2016 11:52



Nog geen enkele retailer in Nederland of daarbuiten is volledig omnichannel. "Veel retailers hebben verschillende facetten goed op orde. Een klein stukje van het geheel", aldus senior industry manager omnichannel retail & commerce Karlijn Pels van Google op het Retail & Brands Festival.

Een retailer die het goed voor elkaar heeft is de Bijenkorf, stelt Pels. Dankzij onder meer de introductie van de loyaliteitskaart beschikt de warenhuisketen over veel relevante data. Volledig omnichannel is de Bijenkorf volgens haar echter nog niet.

Google draagt zijn steentje bij aan de integratie van fysieke en online winkels, door winkelbezoeken mee te nemen in Google Adwords. Daardoor kunnen retailers zien welk effect online campagnes offline hebben. Petit Bateaux is volgens Pels één van de eerste spelers die kreeg te zien dat online reclame daadwerkelijk zorgde voor meer verkopen in de fysieke winkels.

Pels raadt retailers op hun route naar omnichannel aan te investeren in automatisering. Verder is het volgens haar belangrijk om de locatiegegevens in Google Maps up-to-date te maken. "Het afgelopen jaar is twee keer zoveel naar fysieke locaties gezocht via Google."

Het is voor retailers ook mogelijk om het assortiment direct via de zoekmachine te laten zien. Daarvoor moeten ze wel alle voorraad inzichtelijk hebben. "Dat is vaak al een hele uitdaging", aldus Pels.