

Blokker Holding brengt dynamic pricing naar de winkel

03-10-2016 07:48



Blokker Holding experimenteert nu ook in fysieke winkels met dynamische prijzen. Het retailconcern ging vorig jaar al online van start met een dynamisch prijsbeleid en brengt de innovatie daarachter nu naar 'de stenen wereld', zegt cfo Jeroen Visser tegenover CFO.nl.

Visser deed bij zijn vorige werkgever KLM al ervaring op met dynamic pricing. De prijzen kunnen op dagbasis of van minuut tot minuut verschillen, legt hij uit. "We kijken ook naar wat concurrent doet met bepaalde producten en hoe gevoelig de verkoop van een product is voor prijsveranderingen."

De innovatie wordt volgens hem via omnichanneltak Nextail uitgerold. Manager pricing Jos Mulder liet begin dit jaar op RetailWatching weten dat fysieke winkels van Blokker Holding elektronische prijskaartjes nodig hebben om van dynamische prijzen gebruik te maken. "We hebben immers besloten dat de prijzen online hetzelfde moeten zijn als in de winkels." Het dynamische prijsbeleid werd daarom voorheen alleen op een web-only assortiment toegepast.

Blokker Holding heeft volgens Visser met Nextail in anderhalf jaar tijd 'een state-of-the-art bedrijfsonderdeel' neergezet, dat vanuit één platform een invulling geeft aan de omnichannelstrategie van alle winkelformules. De afgelopen maanden is het online kanaal zestig procent gegroeid ten opzichte van een jaar eerder. Dat soort percentages zijn nodig omdat Coolblue en bol.com met respectievelijk vijftig en dertig procent over jaar groeien, stelt Visser. "Dat zijn onze nieuwe concurrenten en om die aan te kunnen moet je op een heel andere

manier kijken naar businessmodellen. Het werkt niet meer om dat zelfstandig per label te doen.”