

'Kosten webshop geen struikelblok voor Action'

21-12-2016 08:17



De hoge kosten van e-commerce zijn voor Action niet de belangrijkste reden om er nog niet aan te beginnen. “Wij hebben tot nu toe de bewuste keuze gemaakt onze klanten te verleiden naar de winkels te komen”, zegt topman Sander van der Laan tegen [BNR](#).

Door vooralsnog alleen op fysieke winkels te focussen, speelt Action volgens Van der Laan in op ‘het sentiment van de klant’. Die ervaart het shoppen bij de discounter als ‘schatzoeken’, waarbij hij steeds nieuwe artikelen vindt. Wel investeert Action de komende tijd fors in de website, zegt de ceo. “Daar zullen onze klanten de komende jaren veel meer van gaan zien.”

Traditionele winkeliers zien Action graag komen, zegt Van der Laan verder. “Wij trekken heel veel klanten naar winkelcentra toe.” Een grootste concurrent heeft de discounter naar eigen zeggen niet. “Wij opereren in dertien categorieën, per categorie hebben we er een aantal.”

Begin vorig jaar zei toenmalig topman Ronald van der Mark nog in RetailTrends dat een webshop ‘er ooit van gaat komen’. Hij noemde de bezorgkosten nog wel als obstakel. “Als die minimaal worden, wordt e-commerce ook voor Action interessant.”