Specsavers heeft online shoppers in het vizier

18-01-2017 08:33



Specsavers zegt niet of nauwelijks last te hebben van de snelle opkomst van online brillenketens. Deze nieuwe generatie merken is volgens de optiekketen goed voor minder dan een procent marktaandeel en ‘biedt in feite slechts modieuze halffabricaten’.

“Ze verrichten zelf geen uitgebreid oogonderzoek, stellen geen brillen af en bieden nauwelijks nazorg”, aldus directeur Remko Berkel van Specsavers Nederland. Hij verwacht dat de marktpotentie van dit soort concepten beperkt zal blijven. “Zeker als je in acht neemt dat je in de meeste Europese landen al snel zo’n vijftig euro voor een uitgebreid oogonderzoek moet betalen.”

Klanten van Specsavers kunnen hun ogen gratis laten meten. Berkel overweegt nu om kosten in rekening te brengen aan mensen die hun bril na de meting online aanschaffen. “Dan neemt de aantrekkelijkheid om online te shoppen snel af”, stelt hij.

Specsavers ziet zelf geen heil in verkoop via internet, zei Berkel vorig jaar al tijdens het Jaarcongres Bricks in Retail. De service die optiekketens in de winkel kunnen leveren is volgens hem onmisbaar voor het leveren van een volwaardig product. Het Britse bedrijf zoekt de groei onder meer via winkelopeningen. De komende twee jaar worden 25 nieuwe winkels geopend in relatief grotere winkelpanden dan gebruikelijk in de branche.