Beate Uhse: ‘Social media is voor ons op eieren lopen’

20-01-2017 15:31



Regelgeving dwingt Beate Uhse ertoe extreem voorzichtig om te gaan met marketing via social media. “Zouden wij een foto gebruiken die Hunkemöller zonder problemen gebruikt, dan worden wij drie keer onder een vergrootglas gelegd”, zei coo Dennis van Allemeersch donderdag tijdens de Webwinkel Vakdagen.

Van Allemeersch doelt onder meer op de Family Safety-regels, die kinderen online moeten beschermen tegen erotisch getint materiaal. De marketingmix verschilt voor het bedrijf achter Christine le Duc en Pabo verder niet veel van andere retailers, zegt Van Allemeersch. “Alleen social is voor ons op eieren lopen, we moeten supervoorzichtig zijn.” Ook tools als retargetingbanners kan de retailer voor lingerieproducten gewoon inzetten.

Ongeveer twee derde van de omzet van Beate Uhse is afkomstig van online. Toch gelooft Van Allemeersch nog steeds in het belang van fysieke winkels. “Het zijn echte advieswinkels. Klanten komen soms met schrijnende verhalen waarbij ze ons om hulp vragen.” Daarbij ligt de focus meer op grote flagshipstores dan op een groot aantal winkels. Een jaar geleden sloot Christine le Duc nog dertien verliesgevende winkels in Nederland, de helft van het totaal.