

Hunkemöller draait 'volwassen conversie' op mobiel

10-03-2017 08:24



De verhoging van mobiele conversie is een belangrijk aandachtspunt voor Hunkemöller. “Het is lang niet meer zo dat klanten mobiel alleen maar gebruiken om te browsen”, vertelt e-commerce manager Bert Middendorp in het maartnummer van RetailTrends.

De lingerieketen heeft onlangs datagedreven usabilitytests uitgevoerd. “We konden de bekende basale aanpassingen doorvoeren, maar wij wilden graag een stap nemen op basis van heldere metingen”, aldus Middendorp.

Een aantal dames uit de doelgroep van Hunkemöller voerde praktische opdrachten. Zo zochten ze een bh met bijpassend broekje in de eigen maat via hun smartphone. Daaruit bleek onder meer dat Hunkemöller in een bekende valkuil was getrapt, stelt hij. “We werkten met z’n allen zo intensief aan de site dat we op een gegeven moment praktische zaken over het hoofd zagen.”

De winkelketen realiseert de komende tijd eerste de verbeterpunten waar snelle winst te behalen valt. Er wordt nu al een ‘heel volwassen conversie’ op mobiel gedraaid, stelt Middendorp. Hij ziet dat het niveau in de Duitse markt echter nog hoger ligt. “Dus verwacht ik hier ook nog groei.”

Lees in het maartnummer van RetailTrends meer over de aspecten die Hunkemöller al heeft doorgevoerd. Ook geeft senior consultant conversieoptimalisatie Jurjen Jongejan van ISM eCompany tips aan retailers die aan

de vooravond van een redesign staan. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)