Kijkshop start volgende maand met c2c-platform

14-06-2017 15:24



Kijkshop lanceert in juli het consumer-to-consumerplatform Kijk Bij Mij. De retailer start met een soft launch en mikt in eerste instantie op vijfhonderd adviseurs, die gebruikers via een videoverbinding helpen bij hun aankoop. Dat blijkt uit een rondschrijven aan medewerkers van Kijkshop, die RetailNews heeft ingezien.

Kijkshop werkt onder de naam Tone aan een nieuwe koers. Het bedrijf zegt de transitie te willen maken van een ‘traditionele, en een in de ogen van de consument onbetrouwbare, advieswinkel naar een trendsettend c2c-platform’. Het platform Kijk Bij Mij gaat in augustus officieel van start, waarna ook de eerste ‘app-only’ aankopen gedaan kunnen worden.

Tone wil voor het eind van dit jaar ruim driehonderdduizend actieve Kijkshop-adviseurs in Nederland hebben. Dat zijn gebruikers die ‘direct van de bank beschikbaar zijn voor interactief advies en het assortiment op commissiebasis verkopen’. Niet alleen consumenten, maar ook leveranciers krijgen in de vorm van een commissie betaald. Het bedrijf neemt daarvoor de logistieke waardeketen op de schop. In plaats van in te kopen bij leveranciers met bijbehorende overheadkosten en voorraadrisico, krijgen ze pas betaald als het product is verkocht.

Topman Björn Serving laat weten dat ‘retail zoals we het kennen dood is’. Kijkshop moet volgens hem de omslag maken. “We duiken volledig in het onbekende. Niet voor de kick, maar voor de goede zaak.”

Consumenten willen volgens hem betrouwbaar en eerlijk advies, maar verdrinken nu in een ‘informatie-overload’. De retailer kan niet meer op vertrouwen rekenen, stelt hij. Serving ziet alleen toekomst in een-op-een-advies van een andere consument, die ervaring heeft met het product. “En daar ligt onze missie: mensen verbinden zodat ze een aankoop kunnen doen die écht aan hun behoefte voldoet.”

Lees op RetailTrends meer over het nieuwe c2c-platform van Kijkshop.