Albert Heijn onderzoekt ‘inline-pilot’ met franchisers

27-06-2017 17:00



Albert Heijn wil een pilot opzetten waarbij online en de fysieke winkel elkaar versterken. Daarvoor is de supermarktketen in gesprek met verschillende franchisenemers, schrijft Distrifood.

Albert Heijn zet de pilot op omdat klanten volgens een woordvoerder niet meer in kanalen denken, maar naar wat op welk moment het beste aansluit op hun wensen. “Wij geloven daar door de combinatie van online en fysieke elementen goed op te kunnen inspelen.” De exacte invulling van de proef moet nog worden bepaald, maar verschillende ondernemers zouden al positief hebben gereageerd.

Het is nog niet duidelijk hoe de AH-franchisevereniging tegenover de pilot staat. E-commerce is al langere tijd een heikel punt tussen de ondernemers en de supermarktketen. De franchisenemers menen beconcurreerd te worden door hun eigen franchisegever via de online activiteiten. Een oplossing daarvan, in de vorm van een akkoord over de verdeling van de opbrengsten van de webwinkel, is er nog altijd niet.

De franchisevereniging sprak recent nog zijn zorgen uit over de samenwerking met Albert Heijn. In een brief sprak de vereniging zijn twijfel uit over de ‘oprechte wil’ van de retailer om transparant samen te werken.