

Intuïtiever handelen op Marktplaats

08-01-2018 12:58



Branded content

De twaalfde editie van de Webwinkel Vakdagen duikt in de 'onlife' consument, die 24 uur per dag verbonden is. Op 24 en 25 januari delen meer dan tweehonderd sprekers, in twaalf zalen in de Jaarbeurs Utrecht, hun visie hierop. Vier van de tien keynotes geven alvast een preview. Vandaag: Ceo Olivier van Duijn over de *lean-in*-strategie van Marktplaats.

Kopen en verkopen in vijf minuten, met een lach. Dat is de grote ambitie waar Marktplaats aan werkt, of zoals ze het zelf omschrijven: hun *Big Hairy Audacious Goal*, waarbij een vrolijk zwaaiend – uiteraard harige – cartoon medewerkers hieraan herinnert. Dus met die lach zit het intern al goed. Al wordt (ver)kopend Nederland ook steeds vrolijker, als het aan ceo Olivier van Duijn ligt. “Sinds anderhalf jaar rollen we onze *lean-in*-strategie uit. Op basis van gebruikersgedrag en zelflerende algoritmes helpen we bezoekers steeds succesvoller te handelen.”

Daarvoor moest ook de interne organisatie deels op de schop. Geen gemakkelijke opgave, geeft hij toe. “Je moet systemen, data en medewerkers zó ont sluiten dat je relevante informatie krijgt.” Zo maakten oude ‘silo-achtige’ afdelingen plaats voor customer journey-teams, die de klantreis tot in detail volgen en telkens denken:

hoe kan het nog handiger, sneller of leuker? Neem nu de ingebouwde chatfunctie. “Mailde je eerst een paar dagen voordat je tot een koop kwam, nu app je twintig keer op een dag en is de deal rond.”

Ook het notifications center maakt het Marktplaats-profiel nog persoonlijker en is bovendien zelflerend. Denk aan een melding als je favoriete verkoper een nieuwe advertentie heeft geplaatst, of over populaire producten in categorieën waar je vaak zoekt. En eind november lanceerde Marktplaats de Gelijk Oversteken-service, in samenwerking met OBP (Online Betaalplatform). Totdat de aankoop is ontvangen, wordt de betaling tijdelijk op een derdenrekening gestald. “Niet iedereen voelt zich prettig bij het vooruitbetalen van een product dat nog niet is verzonden. Andersom geldt dat verkopers soms aarzelen een product op te sturen als er nog geen betaling is bijgeschreven.”

De service werkt in combinatie met Betaalverzoeken via iDEAL, dat eind juni is gelanceerd. Ondertussen werkt Marktplaats volgens Van Duijn ‘aan nog veel meer spannends’. Denk aan prijsadviezen en image recognition, waarbij het systeem de foto van het product (zoals een bepaald type iPhone) direct herkent en automatisch de specificaties erbij plaatst. “De online-ervaring van gebruikers groeit met de dag, dus wij kunnen niet achterblijven om meer intuïtieve services te bieden.”

Bron: [RetailTrends 12](#)

Suzanne Geurts