Hans Anders: 'Nederland is meest volwassen omnichannelmarkt'

02-02-2018 15:26

Nederland is vaak het eerste land waar Hans Anders een nieuwe omnichannelstap zet. De optiekketen ziet ons land als de meest volwassen op omnichannelgebied van de markten waar het actief is, zegt director omnichannel Bram Bruijns tegen RetailTrends.

De functie van Bruijns is onlangs door Hans Anders in het leven geroepen om ‘de focus op omnichannel te verscherpen’, zo vertelt hij. Er kunnen nu al brillen en lenzen online gekocht worden en in de winkel gereserveerd. Ook kunnen er online afspraken gemaakt worden voor een oogmeting, hoortest of lenscontrole. Daar wordt volgens Bruijns veelvuldig gebruik van gemaakt. Er valt echter nog veel te verbeteren. “Van e-commerce en CRM tot supplychain en sales, overal zien we mogelijkheden.”

Bruijns richt zich nu vooral op het in kaart brengen van de klantreis door de verschillende kanalen heen. Sturen op conversie is, in tegenstelling tot bij zijn vorige werkgever WE Fashion, minder belangrijk. “Als blijkt dat online verkopen niet de grootste kans is, maar het vergroten van leads naar de winkels, dan moet daar de voornaamste focus liggen.”

Hans Anders is buiten Nederland actief in België, Frankrijk en Zweden. Bruijns is vanuit zijn rol voor de omnichannelstrategie in alle markten.

Op RetailTrends gaat Bruijns verder in op het hoe en waarom van zijn rol.