

Omzetverlies dreigt: 'We maken slechte mobiele ervaringen'

19-03-2018 09:20



Webshops zullen over drie tot vier jaar nauwelijks meer te maken hebben met verkeer via desktops. Consumenten zullen dan voornamelijk online shoppen met hun mobiele telefoon. Die verwachting sprak online marketingdirecteur Jurjen Jongejan van e-commercebureau ISM uit tijdens het event Emerce Retail.

Jongejan baseert zich onder meer op trends in de Verenigde Staten en data van eigen klanten. Zo zijn er volgens hem al klanten waar negentig procent van het verkeer afkomstig is van mobiel. “Dat zijn retailers met digital natives als doelgroep.”

Een probleem bij de opmars van mobiel shoppen, is dat de conversie op mobiele apparaten nog achterblijft. De conversie op smartphones, tablets en desktops liggen volgens Jongejan nu op respectievelijk één, twee en drie procent. Er wordt nog vaak gedacht dat consumenten zich willen oriënteren op hun telefoon en de aankoop graag afronden op een computer of tablet. Jongejan noemt dat ‘bullshit’: “We maken nog steeds slechte mobiele ervaringen.”

Hij constateert dat er sprake is van een *mobile gap*, omdat mobiele sites achterblijven bij de verwachtingen van klanten. Zo zijn er zelfs nog spelers van wie de website niet geoptimaliseerd is voor mobiele apparaten. Als voorbeeld wijst Jongejan onder meer op AKO, Marskramer en Correct. Zulke retailers riskeren volgens de conversiespecialist flink wat omzetverlies, als het mobiele verkeer straks toeneemt, maar de conversie achterblijft.

De mobile gap

