

'Bol.com een rommeltje? Dat horen we niet vaak'

10-04-2018 15:41



IKEA en bol.com bieden Nederlandse consumenten de beste winkelervaring. Dat blijkt uit het Retail Merkenonderzoek 2018 van Hendrik Beerda Brand Consultancy, dat in het aprilnummer van RetailTrends is gepubliceerd.

Bol.com komt in het onderzoek, waarvoor 1.515 consumenten zijn ondervraagd, voor het vierde jaar op rij uit de bus als sterkste retailmerk. Het dochterbedrijf van Ahold Delhaize levert 'een uitzonderlijke merkprestatie', stelt Henrik Beerda. Zo is bol.com ook de meest kansrijke groeier. "Vanuit alle lagen van de Nederlandse bevolking bestaat voor bol.com veruit de meeste bewondering. Ook voelt men zich het meest met de webwinkel verbonden", aldus de merkexpert. Dankzij deze sterke band spreekt het hoogste percentage consumenten de intentie uit er de komende jaren te (blijven) kopen.

Bol.com kreeg recent kritiek te verwerken op de presentatie van het Plaza-aanbod op zijn website. Zo schreef techjournalist Merijn Doggen op [RTL Z](#) dat bol.com langzaam een rommelmarkt wordt. Een zoektocht naar een nieuwe zaklamp levert volgens hem veel onjuiste en dubbele resultaten op. Emile de Bruijn, director online development bij Nextail, zei op een [event](#) dat hij bol.com ziet 'worstelen' met het Plaza-aanbod. "Je hoort verhalen opsteken van 'het is mijn winkel niet meer', 'ik kan niets meer vinden' en 'het aanbod is te groot'", stelt hij. De etailer zou zijn sluizen voor externe verkopers 'redelijk ver openzetten'.

Een woordvoerder van bol.com laat weten dat een 'rommelige website' niet een klacht is die vaak terugkomt.

“Wel realiseren we ons dat het soms moeilijk kiezen en zoeken is in zo’n breed assortiment en daarom doen we er alles aan om dat nog makkelijker te maken”, stelt zij. “Het creëren van inspiratie en het gebruik van data en artificial intelligence zullen daar een hoop in gaan betekenen voor de toekomst.”

Op [RetailTrends](#) wordt uitgebreid stilgestaan bij de leidende positie van bol.com als sterkste merk en hoe de etailer omgaat met de presentatie van zijn Plaza-aanbod. Nog geen member van RetailTrends? [Klik hier](#) voor meer informatie.