

Action maakt meer werk van online

08-06-2018 16:09



Action zal de omvang van zijn digitale team dit jaar meer dan verdubbelen. De discounter is op zoek naar meerdere mensen met ervaring in 'omnichannel retailomgevingen'.

Action organiseert volgende week vrijdag 'digital recruitment drinks', een bijeenkomst waar potentiële nieuwe digitale medewerkers geïnformeerd worden. 'Digitale specialisten kunnen een verschil maken, aangezien offline marketingbudgetten verschuiven naar online', stelt de retailer in een toelichting. Action zoekt onder meer een webmanager, een contentspecialist en een seo-specialist.

Action zegt momenteel een 'reis naar digital 2.0' te ondergaan. De Nederlandse winkelketen wil klantreizen bouwen volgens het zogenoemde 'RoPo'-principe, dat staat voor research online, purchase offline. Daarnaast werkt de discounter aan optimalisering van een mobile first website en wil het meer doen met digitale marketing.

Action had twee jaar geleden nog maar twee medewerkers op digitaal, [vertelde ceo Sander van der Laan](#) vorige week tijdens What's Going on in (R)etailing?! Dat zijn er nu veertien en wordt de komende tijd uitgebreid naar 32. Het betekent volgens hem dat Action 'niet blind' is voor online en zeker mee wil gaan op het vlak van online oriënteren. Plannen voor een webwinkel zijn er vooralsnog niet. "Zeg nooit nooit, maar op dit moment is dat niet plan."