

Talpa denkt aan een eigen webwinkel

27-11-2018 09:42



Talpa Network wil meer inzetten op e-commerce om het digitale bereik te vergroten. Eigenaar John de Mol zou zelfs dromen over 'een grote webwinkel à la bol.com', zeggen topmannen Peter de Mönnink en Pim Schmitz in een interview in [NRC](#).

Internationale bedrijven als Google, Facebook, Netflix, Amazon en Alibaba bepalen volgens Talpa het medialandschap. Om strijd om consumenten en advertentie-inkomsten met deze giganten aan te kunnen, wil het bedrijf de gebruikers overal kunnen volgen. Als een soort 'big brother' van de consument wil het bedrijf dag en nacht data verzamelen en gedrag en voorkeuren registreren. Daar zou ook het bewerkstelligen van een aankoop een belangrijk onderdeel van zijn.

"Je kunt geen mediabedrijf meer zijn zonder e-commerce", stelt Schmitz. "Iemand die reclame maakt voor keukens wil meer keukens verkopen." Als grootste mediaconcurrent noemt hij supermarktketen Albert Heijn. "Die hebben met Appie Today een online kanaal, ze hebben de Allerhande, ze kunnen klanten volgen via de bonuskaart en ze hebben bol.com."

De eerste stappen op het gebied van e-commerce heeft Talpa inmiddels gemaakt. Sinds vorig jaar is Emesa, het bedrijf achter de website vakantieveilingen.nl, onderdeel van John de Mols Talpa Network.