

Ace & Tate ziet fysieke winkels snel winst maken

02-01-2019 15:14



Ace & Tate haalt inmiddels een ruime meerderheid van zijn omzet uit de fysieke winkels. Een vestiging is gemiddeld twee tot drie maanden na opening winstgevend, zei oprichter Mark de Lange in een forumdiscussie tijdens het jubileumevent van Vedis.

Ace & Tate, dat begon als webwinkel, kwam er volgens De Lange al gauw achter dat klanten behoefte hebben aan een fysiek touchpoint. Voor het kiezen van locaties kijkt de brillenverkoper puur naar op welke plekken consumenten online veel zoeken naar het merk en heatmapping op social media. "Onze winkels zijn niets anders dan een offline voorkant van onze online database", aldus De Lange.

Negentig procent van de klanten maakt van zowel het on- als het offline kanaal gebruik voordat er een aankoop tot stand komt, zegt De Lange verder. Inmiddels zijn er 37 winkels en hoewel die snel winst maken, maakt Ace & Tate als geheel nog verlies.

De grootste moeilijkheid is volgens De Lange het bieden van een goede service. Hij zegt op dat vlak nog niet helemaal tevreden te zijn met waar Ace & Tate nu staat. "End-to-end een perfecte service-ervaring bieden, van

de eerste kennismaking tot de retourafhandeling, is ontzettend lastig.”

Lees op [RetailTrends](#) meer over de visie van De Lange, maar ook die van Albert Heijns innovation accelerator Christiaan Vette.