

Zet in op de mobiele winkelervaring (en andere tips van Google)

09-01-2019 12:40



Branded content

De dertiende editie van de Webwinkel Vakdagen draait om 'leading in digital commerce'. Op 23 en 24 januari delen meer dan tweehonderd sprekers, in twaalf zalen in de Jaarbeurs Utrecht, hun visie hierop. Vier daarvan geven alvast een preview. Vandaag: Pim van der Feltz met de top tips van Google om je groei te versnellen.

Op het gebied van e-commerce loopt de Nederlandse consument ver voor op de Nederlandse retailer. Dat zou toch andersom moeten zijn? Het is een van de meest schrikbarende conclusies die je trekt uit de cijfers van The Digital Economy and Society Index van de Europese Commissie. Terwijl 82 procent van de Nederlandse consumenten het internet gebruikt voor winkelen, verkoopt maar vijftien procent van het midden-en-kleinbedrijf zijn producten en diensten online. De Nederlandse retail moet nog veel leren. En de sector doet er goed aan om te luisteren naar Pim van der Feltz, ceo van Google Nederland. "De consument is nieuwsgierig, veeleisend en erg ongeduldig geworden. Dit betekent dat hij sterker is dan ooit tevoren en om hem te bereiken zullen webwinkeliers in 2019 slimmer te werk moeten gaan. Hoe dien je actie te ondernemen op je site en het web en hoe maak je nu het beste contact met jouw doelgroep?"

Een belangrijke tip van Van der Feltz is simpel: zorg dat informatie makkelijk te vinden is. Dan zijn SEO en SEA de voor de hand liggende stappen. Maar dat mag niet de enige zijn. Zet in op de mobiele winkelervaring, benadrukt de ceo. "Slechts vier op de tien Nederlandse merken ziet het verbeteren van hun mobiele site als

strategische prioriteit.” Terwijl toch ruim twee derde van de consumenten op hun smartphone weg swipet van een site of app als het te veel stappen kost om aan de gewenste informatie te komen.

‘Slechts vier op de tien Nederlandse merken ziet een betere mobiele site als prioriteit’

Daarnaast zoeken consumenten steeds vaker op kanalen zoals YouTube naar recensies, het uitpakken van de nieuwste gadgets, hoe je een band plakt of een betonnen muur verft. Als retailer moet je bedenken waar een potentiële consument op ieder moment naar op zoek kan zijn. “Het gaat er dus niet alleen om of je online goed vindbaar bent, maar ook om wat je consumenten biedt zodra ze je vinden.” In het maken van gelikte tutorials gaat veel tijd in zitten, weet Van der Feltz. Maar in de wapenwedloop van voortdurende technologische vooruitgang moet je rennen om op dezelfde plek te blijven staan. De komst van de stemgestuurde assistent Google Home naar Nederland moeten retailers dan ook vooral zien als een kans, zegt de topman en niet als een bedreiging. “De kern van Google Home is de Google-Assistent, waar je mee kunt praten en die je op elk moment helpt. En dus consumenten in veel gevallen nog beter helpt dan nu kan.”

Bron: [RetailTrends 12](#)

Hans Klis