

Dille & Kamille: 'Online winkelen is voor veel klanten een noodzakelijk kwaad'

16-01-2019 09:50



De opening van een fysieke winkel van Dille & Kamille heeft uiteenlopende gevolgen voor de online omzet. Waar die in Hasselt flink toe is genomen, wordt er in Eindhoven juist minder online verkocht. Dat laat e-commerce manager Arnout Baas weten in het januarinumnummer van RetailTrends.

In gebieden waar Dille & Kamille nog niet zo'n bekende naam is – zoals in het Belgische Hasselt – is het effect van een extra winkel significant. Mensen leren de Nederlandse retailer kennen, waardoor de naamsbekendheid in een stad toeneemt. “Behalve de vestiging zelf profiteert ook de webwinkel van onze aanwezigheid”, aldus Baas.

In regio's met al relatief veel traffic en online omzet gaat met een extra locatie het digitale verkeer omhoog, maar de conversie omlaag. De winkels – waaronder die in Eindhoven – trekken dan juist een deel van de online omzet weg. Dat komt doordat klanten ‘bovengemiddeld graag’ bij Dille & Kamille langskomen, stelt hij. “Voor veel van onze klanten is online winkelen een noodzakelijk kwaad.”

Niet zelden lopen klanten met de telefoon in de hand tussen de potten en pannen door, op zoek naar iets dat ze in de webwinkel of op Instagram hebben gezien. Het mobiele verkeer uit een regio neemt iets toe, maar de verkoop vindt volgens Baas plaats aan de kassa. “Onderaan de streep verkopen we online dus minder.”

In het januarinumnummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij het effect van stenen op online: een

weinig onderzocht fenomeen, waarvan de impact niet te onderschatten valt. Lees [het volledige artikel](#) in het digitale magazine. [Nog geen member? Klik dan hier voor meer informatie.](#)