

## Op=Op: 'Mobiël is ons grootste pijnpunt'

24-01-2019 09:24



Zestig procent van de websitebezoekers van Op=Op Voordeelshop komt via een mobiel device. “Maar onze site is niet geschikt voor mobiel, en daar laten we heel veel liggen”, zei manager marketing & e-commerce Dion Fokkema van de winkelketen woensdag tijdens de Webwinkel Vakdagen.

De mobiele ervaring is volgens Fokkema het grootste pijnpunt voor Op=Op. Drie jaar geleden ging de retailer van start met een website en een jaar eerder was het design daarvoor al gemaakt, legt hij uit. “Toen had ik niet verwacht dat de opkomst van traffic op mobiel zo snel zou gaan.” Momenteel werkt Op=Op aan een redesign van de website, waarbij ook de ervaring op mobiel wordt meegenomen. “Daarmee hopen we een conversieboost te krijgen.”

Een ander verbeterpunt is de link tussen de webshop en de fysieke winkels, zegt Fokkema. “We weten dat zestig procent van onze webshopklanten ook in de winkels koopt, maar niet welke klanten in de winkel komen.” Het is volgens hem een ‘vurige wens’ om dat wel te weten, maar noemt dat moeilijk vanwege de AVG-wetgeving die sinds vorig jaar van kracht is. “Het is privacygevoelige data.”