Disney: 'Fysieke winkel zal altijd deel zijn van de klantreis'

05-02-2019 16:15



De ‘retailapocalyps’ in de Verenigde Staten betekent niet dat fysieke retail op zijn laatste benen loopt. “De consument, de ultieme *decision maker*, geeft nog steeds voor heel veel categorieën de voorkeur aan stenen winkels”, zegt general manager digital Gunjan Bhow van Disney tijdens de Webwinkel Vakdagen.

E-commerce is nog steeds maar een klein percentage van de totale retail, stipt Bhow aan. “En dat is echt niet omdat het nog maar net begonnen is, het is er al twintig jaar.” Ook Amazon, waar hij eerder enkele jaren werkte, kan daar volgens hem niets aan veranderen. “Amazon probeert constant uit te zoeken hoe ze consumenten dingen online kunnen laten doen die ze nu nog offline doen, maar het gedrag van klanten verandert niet.” Fysieke winkels zullen volgens hem daarom altijd deel zijn van de klantreis.

Disney zelf bracht het aantal fysieke winkels in de afgelopen jaren terug, maar heeft er nog altijd enkele honderden. Die moeten iets toevoegen of iets beters bieden ten opzichte van andere delen in de klantreis, zegt Bhow. Zo heeft het merk de productmix in zijn vestigingen veranderd, omdat klanten voor veel artikelen digitaal tot aankoop overgaan en alleen nog naar de winkel komen op het op te halen. “Voor pluche knuffels en kleding speelt de tactiele ervaring nog wel een rol, maar we verkopen geen waterflessen meer in de winkels.”

Leer op RetailTrends meer retaillessen van Disneys digitale baas.