Schiphol onderzoekt kansen voor een webwinkel

15-02-2019 15:41



Schiphol Airport Retail overweegt verschillende opties om reizigers ook online te laten winkelen bij de luchthaven. “We willen alle mogelijkheden benutten om de reiziger, ook als hij nog thuis is, te verleiden”, zegt director commerce & logistics Rody Frequin tegenover RetailTrends.

De winkeluitbater op Schiphol kijkt in samenwerking met de luchthaven naar de mogelijkheden rond click & collect en bezorging. “Hoe mooi zou het zijn dat je voor je vliegt je bestelling doorgeeft, en die bij ons kunt ophalen?”, aldus Frequin. “Of dat hij klaarstaat zodra je geland bent?” Andere luchthavens, waaronder die in Frankfurt en Kopenhagen, baten al zelf een webwinkel uit. Ook Schiphol onderzoekt die mogelijkheid.

Net als reguliere retailers worden winkels op Schiphol geraakt door de opkomst van e-commerce, zegt Frequin. Dat komt vooral omdat consumenten veel prijsbewuster zijn dan voorheen, als gevolg van de toegenomen transparantie. “Daardoor zijn we genoodzaakt scherper in te kopen en onze prijsperceptie zoveel mogelijk te beïnvloeden.” Dat gebeurt onder meer door prijsacties en een toenemende focus op ‘topservice en beleving’.

Schiphol Airport Retail heropent binnenkort zijn winkel Exquisite volgens een geheel nieuw concept, met allerlei proefmogelijkheden. De formule voor premium dranken en sigaren is volgens Frequin uniek binnen de wereld van travelretail. Waar veel winkels op luchthavens klanten soms eens en daarna nooit meer zien, heeft Exquisite een vaste klantengroep kunnen aanboren. “Die vliegen bewust voor het assortiment om via Amsterdam.”

Lees op RetailTrends meer over de overeenkomsten, maar vooral de grote verschillen tussen retail op Schiphol en in de binnenstad.