Wehkamp: 'Wij moeten nooit Amazon of Zalando nadoen'

23-04-2019 15:41

Tachtig procent van de loyale klanten van Wehkamp bestaat uit vrouwen. Door een stevige focus op die doelgroep kan de Nederlandse etailer de concurrentie ook op lange termijn aan. “Het laatste wat we moeten doen is een strategie volgen die lijkt op Amazon of Zalando”, zei cpmo Joost van Hilten tijdens het event What’s Going on in (R)etailing?!

Wehkamp heeft vier- à vijfhonderdduizend klanten die wekelijks actief zijn. Voor die groep is de webwinkel een onderdeel van de vaste gewoonten, zegt Van Hilten. Hij noemt het daarom ‘fantastisch’ voor de etailer als Ajax ver komt in de Champions League, omdat veel vrouwen dan op de bank naast hun man Wehkamp bezoeken. “Op dat soort momenten is Instagram misschien nog wel de grootste concurrent voor ons.”

Wehkamp zet de komende tijd in op het verbeteren van de winkelervaring, waarbij de webwinkel veel leert van fysieke retail. Door met behulp van algoritmes meer inspiratie toe te voegen, moet het volgens Van Hilten mogelijk zijn het ‘offline shopgevoel’ ook online te realiseren. “Maar daar zijn we nog lang niet, niemand overigens.”

Lees op RetailTrends meer over de vernieuwingsslag van Wehkamp.