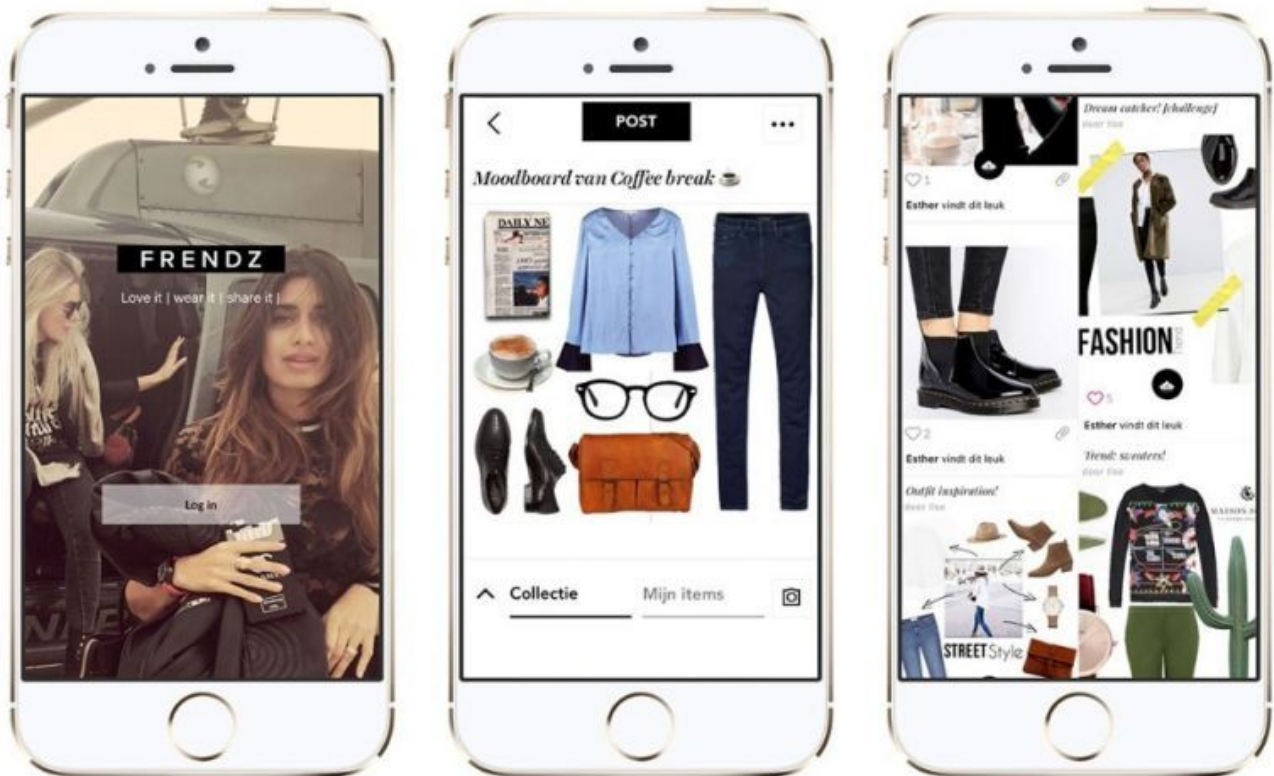


'Frendz converteert nog niet'

18-06-2019 09:30



Het conversiemodel voor het socialcommerceplatform Frenzd 'converteert niet'. Dat stelt V&D-eigenaar Ronald van Zetten tijdens het Digital Marketing Retail Event in Naarden. "Qua conversie loopt het nog niet echt", zegt hij daar.

Met de Frenzd-app wordt gebruikgemaakt van influencers, die worden ingezet om de boodschap van een merk te verspreiden. Hoewel Van Zetten stelt dat het platform tot op heden nog niet converteert, is de snelheid waarmee een boodschap wordt verspreid hoog. "Het platform werkt heel goed wanneer je de doelgroep authentiek wilt bereiken", vertelt hij. "Dat zien we nu ook bij CoolCat waar we het platform voor inzetten. Dat gaat als een dolle."

Volgens de oud HEMA-directeur worden inmiddels 1,6 miljoen mensen in de doelgroep van vijftien tot 25 jaar door Frenzd bereikt. Daarnaast heeft het platform 1100 ambassadeurs met gemiddeld 1800 volgers. Van Zetten denkt dat Frenzd zijn tijd nu nog een stukje vooruit is. "Maar straks kunnen we hiermee zomaar eens de strijd tegen een Amazon of Alibaba, op het moment dat zij komen, winnen." Hij wijst hierbij naar de honderdduizenden moodboards die uit de verschillende campagnes ontstaan en precies duidelijk wordt wat de trends en ontwikkelingen zijn.

Frenzd werd twee jaar geleden opgericht door V&D Concephouse. Het platform werkt samen met partners, waaronder Levi's. Voor producten van merken en retailers die geen partner zijn, wordt de gebruiker doorverwezen naar hun webwinkel. Frenzd verdient geld door een afdracht van één euro per transactie en een

commissie van tien procent van de netto-omzet na retourzendingen.

Van Zetten vertelde op het Digital Marketing Retail Event meer over zijn observaties ten opzichte van de digitale transformatie in de retail. Klik [hier](#) om die te lezen.