

## Omoda-ceo Jan Baan is 'allergisch voor omnichannel'

18-02-2022 08:30



Klanten moeten online precies dezelfde ervaring hebben als in de winkel. Met omnichannel heeft dat echter niks te maken, zegt ceo Jan Baan van Omoda in het februarinummer van RetailTrends. “Ik ben allergisch voor het woord omnichannel.”

Baan maakt de vergelijking met een pizzeria. “Stel dat die moet sluiten vanwege corona en nu kun je er pizza’s afhalen. Noemt zo’n pizzeria zich dan ineens omnichannel? Wat voor jou als klant telt is die pizza.” Als de pizza’s in het verleden lekker waren en wanneer je ze afhaalt ineens niet meer, ga je er niet meer eten als de pizzeria weer open is, concludeert Baan.

Zo wil ook Omoda dat klanten online dezelfde beleving hebben als in de 29 fysieke winkels. “Als een klant in de winkel vijf tassen vol heeft en geen zin heeft om die mee te nemen, sturen we ze naar zijn huis. Dan moet je niet iets zeggen als: dat is ingewikkeld, want dat is het online filiaal. Winkels zijn belangrijk, maar niet omdat we omnichannel zijn. Dat zijn we niet, wij zijn Omoda.”

In het februarinummer van RetailTrends gaat Jan Baan uitgebreid in op de strategie van Omoda en zijn persoonlijke rol binnen het familiebedrijf. [Het hele interview is hier te lezen](#). Nog geen member, [kijk dan hier voor de mogelijkheden](#).