

Ceo: 'Nespresso's klantbeleving moet beter'

12-06-2023 15:50



Nespresso wil in zowel zijn boutiques als online omgeving de merkwereeld meer laden. “Het gemak behouden, maar extra beleving toevoegen, dat is mijn doel”, vertelt ceo Kika Buhrmann in de Stores That Wow-editie van RetailTrends die onlangs verscheen.

De klantbeleving is in de boutiques en webshop nog te transactioneel, stelt ze. Het koffiemark zou consumenten bijvoorbeeld meer kunnen verrassen met nieuwe blends die passen bij hun smaakprofiel. Buhrmann: “Daarvoor kun je al online een test doen, inclusief coffee pairing: de koppeling van koffie aan andere smaakbelevingen, zoals chocolade. Ja, in de basis is het er allemaal, maar de toegankelijkheid moet beter.”

Met de eerder dit jaar geopende [flagshipboutique in Amsterdam](#) verkent Nespresso de mogelijkheden om die toegankelijkheid te vergroten. “Ondanks dat we die online beleving een boost willen geven, ga je in eerste instantie toch naar online voor de transactie en het gemak. Een winkelbezoek kost tijd. Aan ons de uitdaging om die tijd waardevol te besteden. Deze winkel is een *lifestyle destination*, een plek waar je bewust naartoe gaat om Nespresso te ontdekken.”

Buhrmann staat sinds 1 april dit jaar aan het roer van Nespresso Nederland. Ze gaat hier verder in op haar

ambities voor de Nederlandse markt, de uitdagingen van het koffiemark en welke lessen ze uit haar tijd als vicepresident sales in de Verenigde Staten toepast.

Het interview [met Kika Buhrmann is te lezen voor RetailTrends-members](#). Nog geen member? [Klik hier](#).