

E-commerce

Het is druk aan het front van de e-commerce. Albert Heijn lanceerde zijn Appie en een dag later introduceerde De Innovatie Coöperatie zijn QookQook.

Beide applicaties zijn vooralsnog alleen voor iPhone-gebruikers beschikbaar. Hoewel dit laatste op korte termijn een beperking vormt voor het doorbreken van

de service, luiden beide applicaties een nieuw tijdperk in. Zeker wanneer ze binnen afzienbare tijd voor meerdere smartphones beschikbaar worden, zal het effect van de introductie niet onopgemerkt blijven. E-commerce heeft dus zijn intrede gedaan bij retailers.



Dat e-commerce ook een actueel thema is bij fabrikanten, bleek wel tijdens het EFMI Najaarscongres. Daar werd Vincent de Clippele, topman van Nestlé Benelux, aangevallen op het gegeven dat Nespresso een groot deel van zijn cupverkoop via het internet regelt en dat supermarkten er wat dat betreft bekaaid vanaf komen. Dat vinden retailers niet zo leuk, maar dat ter zijde.

Waar retailers nog minder blij van zouden moeten worden, is het gegeven dat internet een prima kanaal is om producten te slijten. Fabrikanten hebben supermarkten als verkoopkanaal minder nodig dan wij durven vermoeden. Of zoals Tom Heidman zei tijdens het EFMI Najaarscongres: "Als mijn dochters, de oudste is nu veertien, echte consumenten worden, kunnen we nog wat beleven. Die generatie denkt en shopt heel anders dan wij. Producten 's avonds laat online kopen is voor jongeren de normaalste zaak van de wereld". Van Unilever hoeft de retail op het gebied van e-commerce voorlopig niet te vrezen. Marketingdirecteur Unilever Benelux Nils van Dam zou e-commerce wel in willen zetten, maar dat zou vooralsnog niet rendabel zijn als verkoopplatform. De fabrikant zou al uitvoerig onderzoek hebben verricht naar de mogelijkheden. Maar is het niet nu, dan zal de stap toch in de niet al te verre toekomst gezet gaan worden. Dan worden de verhoudingen tussen leverancier en retailer nog verder op scherp gezet.