

Gamma's webshop: 1 winkelomzet

10-01-2015 11:36



In gesprek met [Publimat News](#) doet Ron Kloos een boekje open over [de webshop van Gamma](#). “Op dit moment zitten we ruim boven de omzet van één winkel, wat boven de verwachtingen ligt. Voor ons is dit een nieuwe wereld waar we vol enthousiasme zijn ingedoken. Binnen Intergamma speelt Gamma Nederland daarin een voortrekkersrol. Vergis je niet, het is meer dan enkel een webshopje runnen. Deze nieuwe aanpak brengt enorme veranderingen met zich mee, voor de hele organisatie. Intussen staat de catalogusfunctie op de website. Die bevat ruim 20.000 artikelen, waarvan een groot deel ook via de webshop kan worden besteld. Dit is nog maar een beginfase, we zitten bijlange nog niet op het niveau dat we op lange termijn voorzien.”

Winkels niet kleiner

“De allergrootste uitdaging voor de komende jaren wordt de totale Gamma-formule op het juiste crosschannelpoor krijgen en dat ook nog eens in rendement vertalen naar de fysieke bouwmarkt. De winkels 1.000m² kleiner maken, is daarbij geen optie, want dan moet je helemaal terug van nul starten. Dat zou te ingrijpend zijn en dus ook te duur uitvallen.”

Website en webshop zijn volgens Kloos twee verschillende dingen: “De website vind ik persoonlijk waanzinnig belangrijk, terwijl de webshop in feite niet meer dan een logistiek invulling is. Een consument die op het Internet informatie gaat inwinnen rond een bepaald klusproject, en dat zijn er behoorlijk wat, willen we in die eerste oriëntatiefase al aanspreken. De website is met andere woorden heel belangrijk om je assortiment te ontsluiten. Als de klant jou om halftien ’s avonds niet op zijn tablet kan vinden, word je niet eens meer overwogen. De consument wil vooral ook kunnen checken of een bepaalde product in zijn winkel naar

keuze voorradig is, voor hij in de wagen stapt.”

Marc Nelissen