

‘De consument verwacht snelheid voor niets’

01-09-2014 15:29

Om ook succesvol webwinkels te lanceren is crosschanneldenken de enige optie. “Om die brug tussen beide kanalen vrijwel onzichtbaar te maken, moet de gebruikerservaring in beide kanalen hetzelfde zijn. Dat de order via de webwinkel een ander logistiek proces volgt dan een aankoop in de gewone winkel, is logisch.”

Marc Nelissen