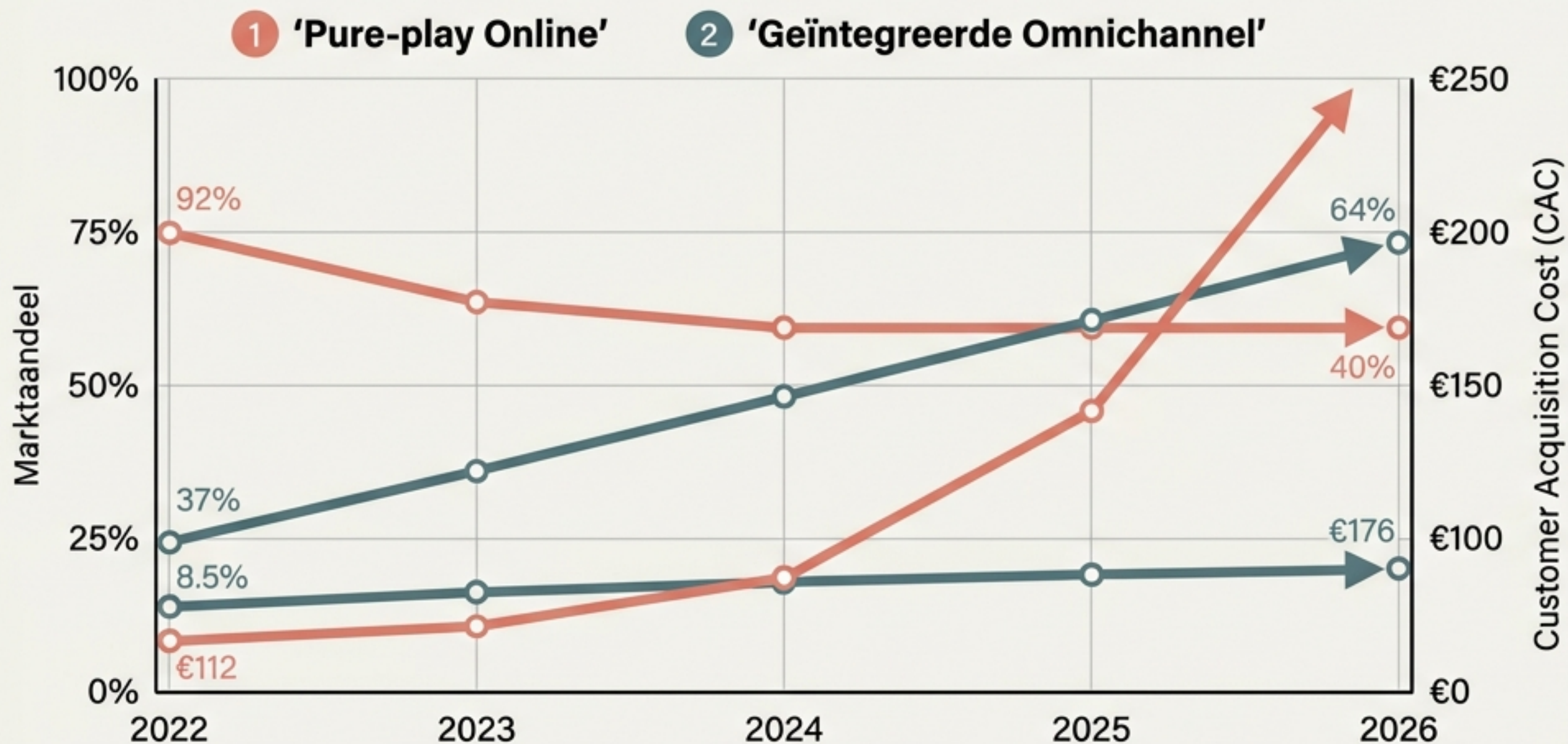


De Mythe van 'Online First'

Waarom het 70/30 evenwicht
de nieuwe norm is voor
winstgevende retail



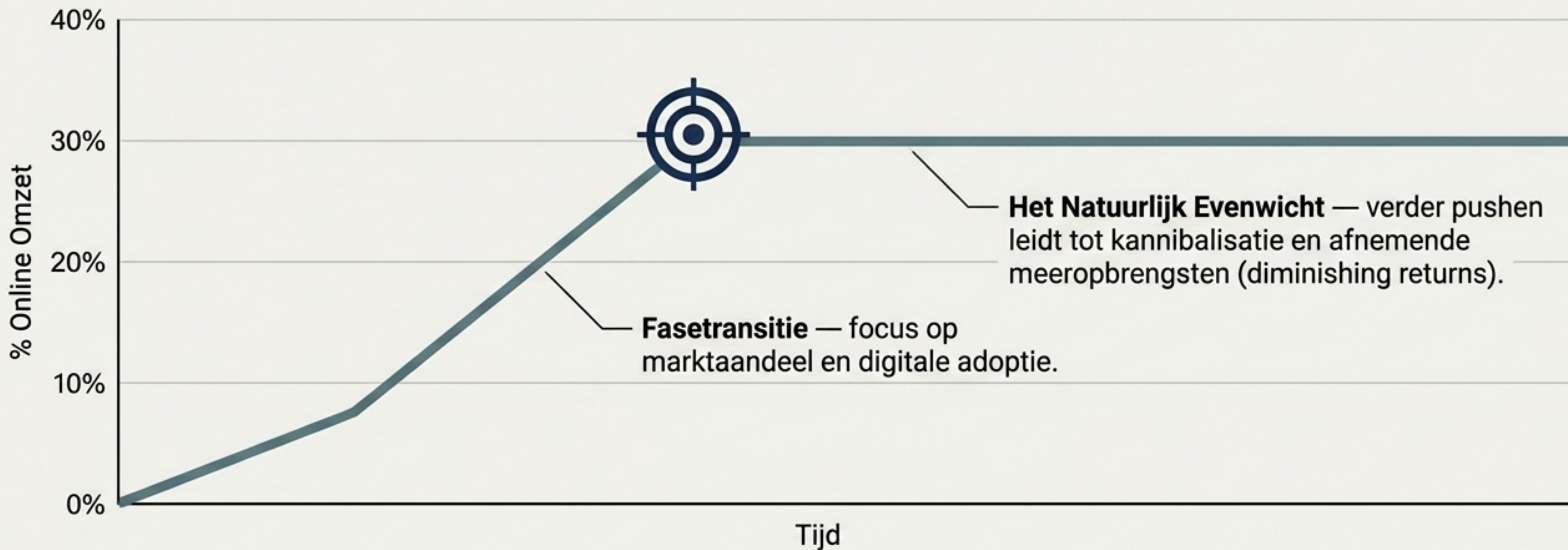
Het landschap in 2026: Fysiek weigert te sterven



Terwijl online aandeel groeit, blijft de fysieke winkel dominant in totale transactiewaarde en merkbeleving.

Retailers die in een krampachtige 'online only' of 'fysiek only' silo blijven, zien een versneld **verlies** van marktaandeel. **De urgentie ligt niet in digitalisering, maar in integratie.**

De H&M Case: Is 30% een plafond of een bewuste strategie?



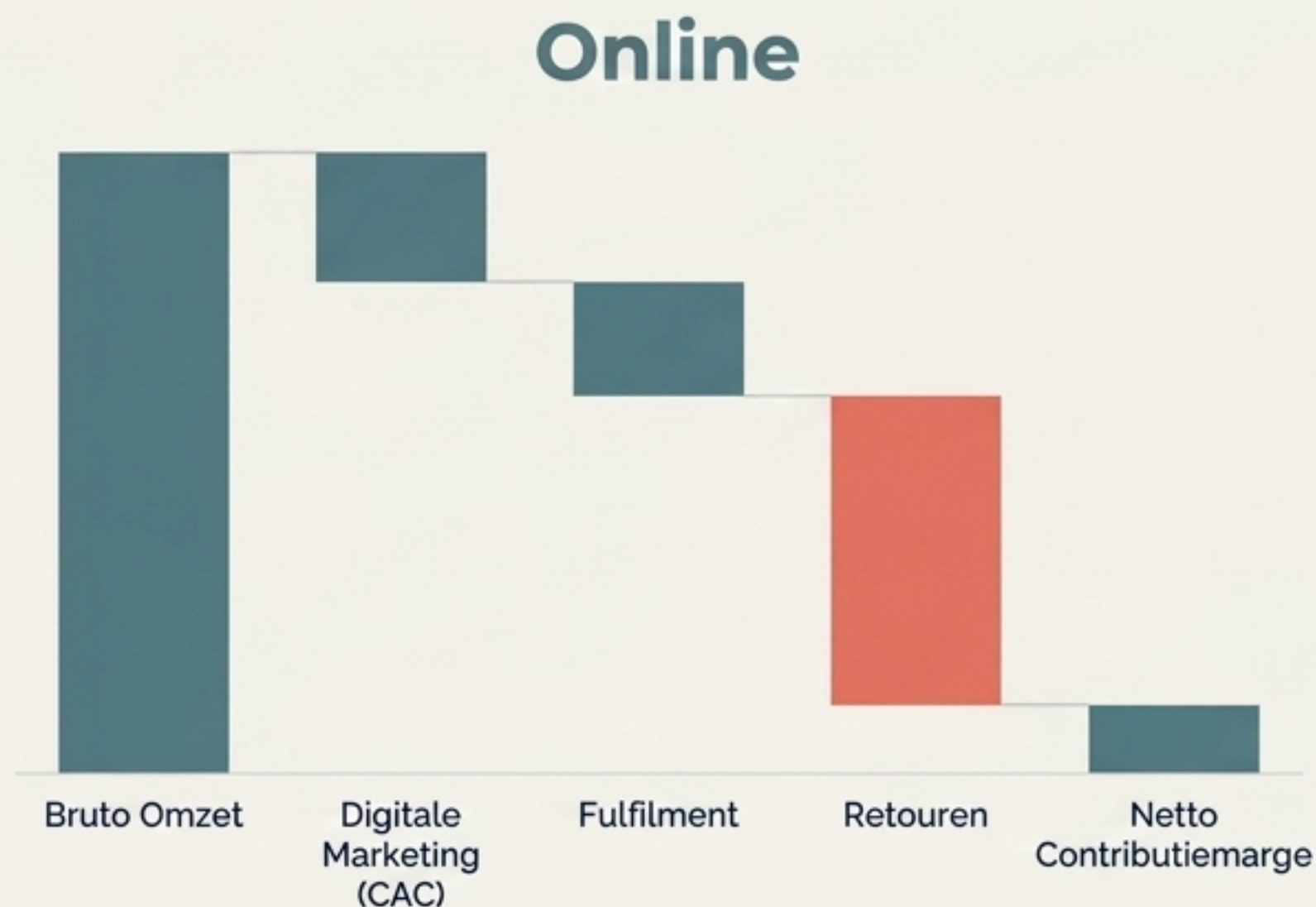
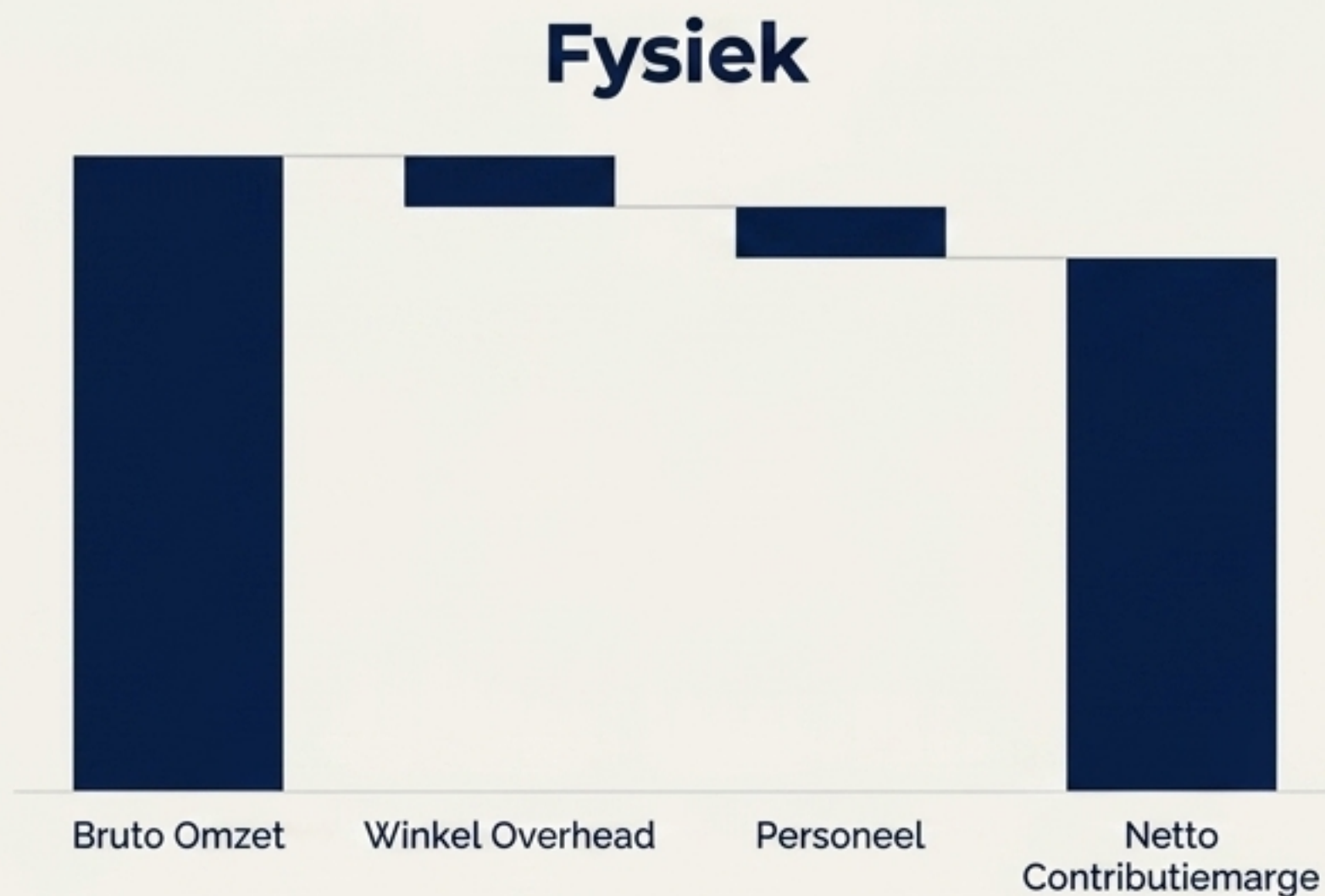
Een stabiel 30% online aandeel is geen stagnatie. Het is het **wiskundige optimum tussen bereik en winstgevendheid.**

Het 4-Pijler Omnichannel Model



Pijler 1: Channel Economics & Winstgevendheid

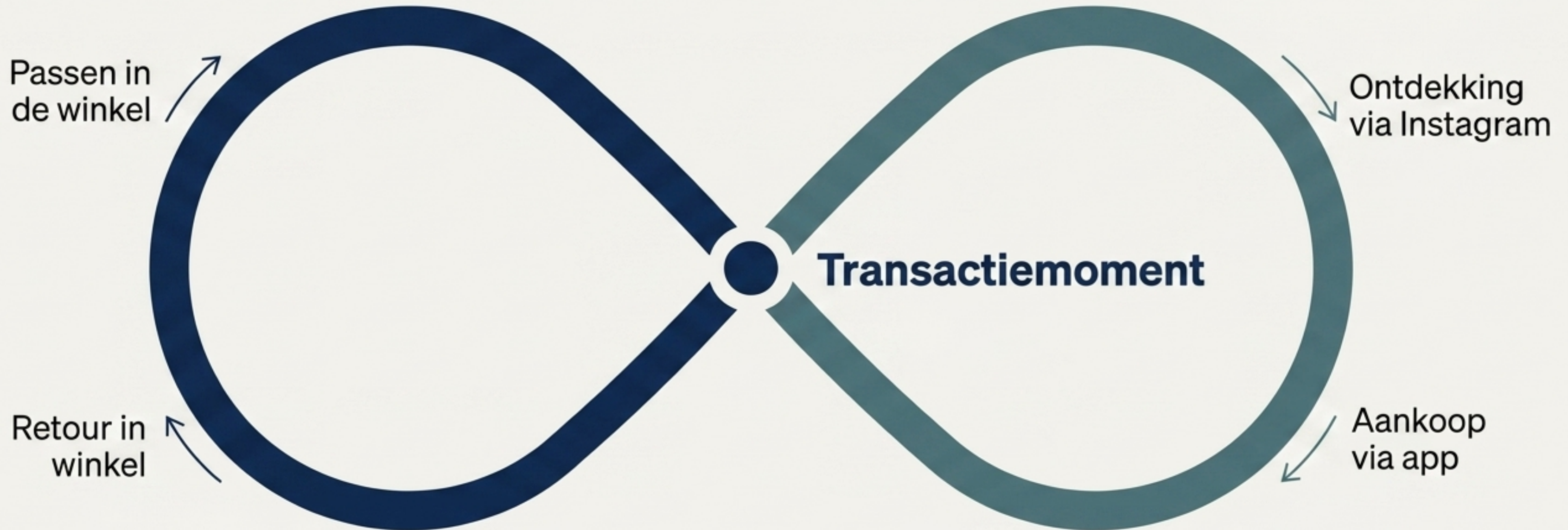
KPI:
Contributiemarge
per kanaal



Bruto omzet is ijdelheid; contributiemarge is realiteit. Retourpercentages drukken de online winstgevendheid drastisch vergeleken met fysieke kassa-aankopen.

Pijler 2: De Vloeibare Customer Journey

KPI: Cross-channel
conversie rate

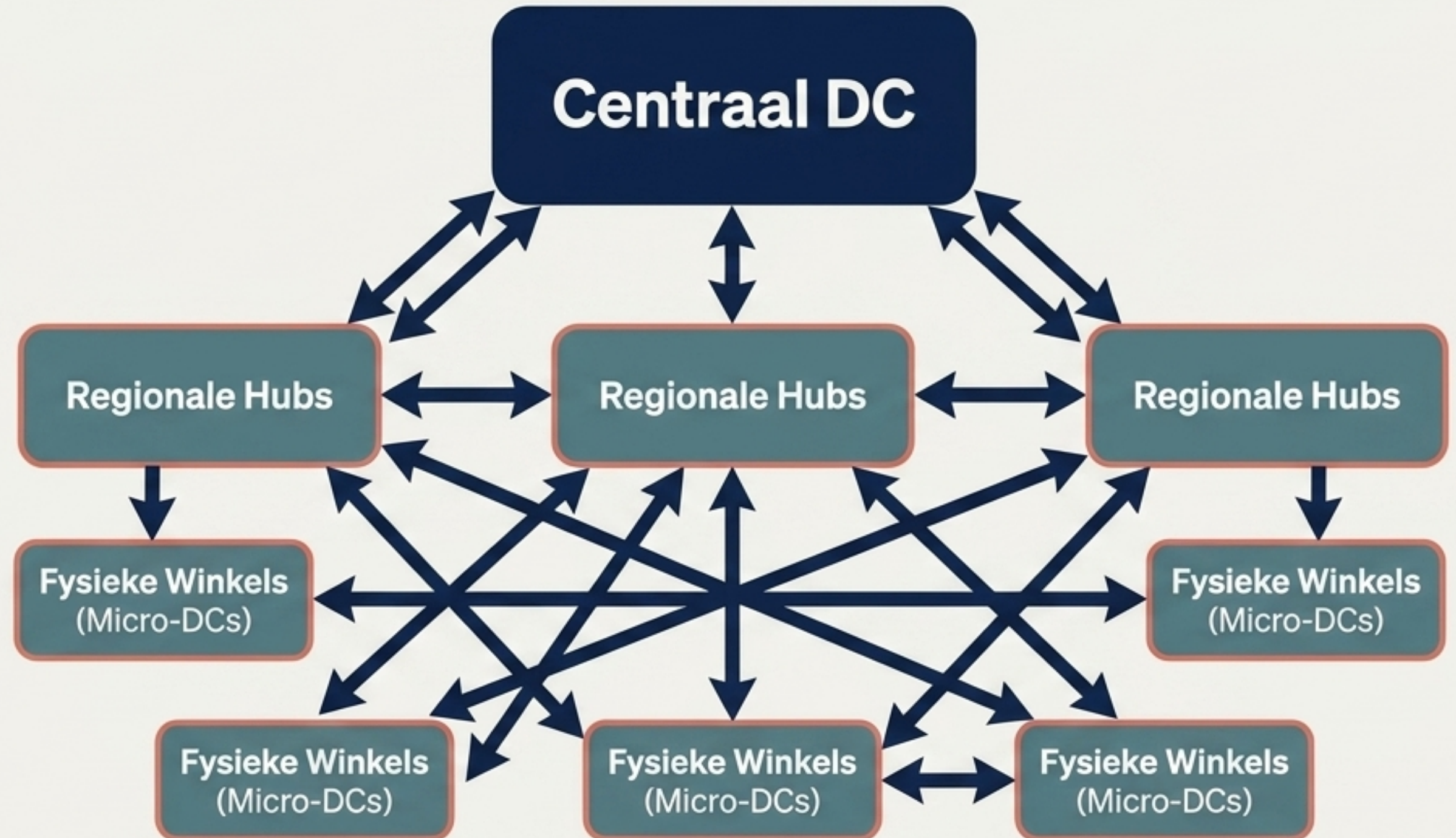


De consument start zelden en eindigt zelden in hetzelfde kanaal. Attributiemodellen moeten deze non-lineaire realiteit weerspiegelen, anders sturen teams op de verkeerde data.

Pijler 3: Unified Commerce Voorraadstrategie

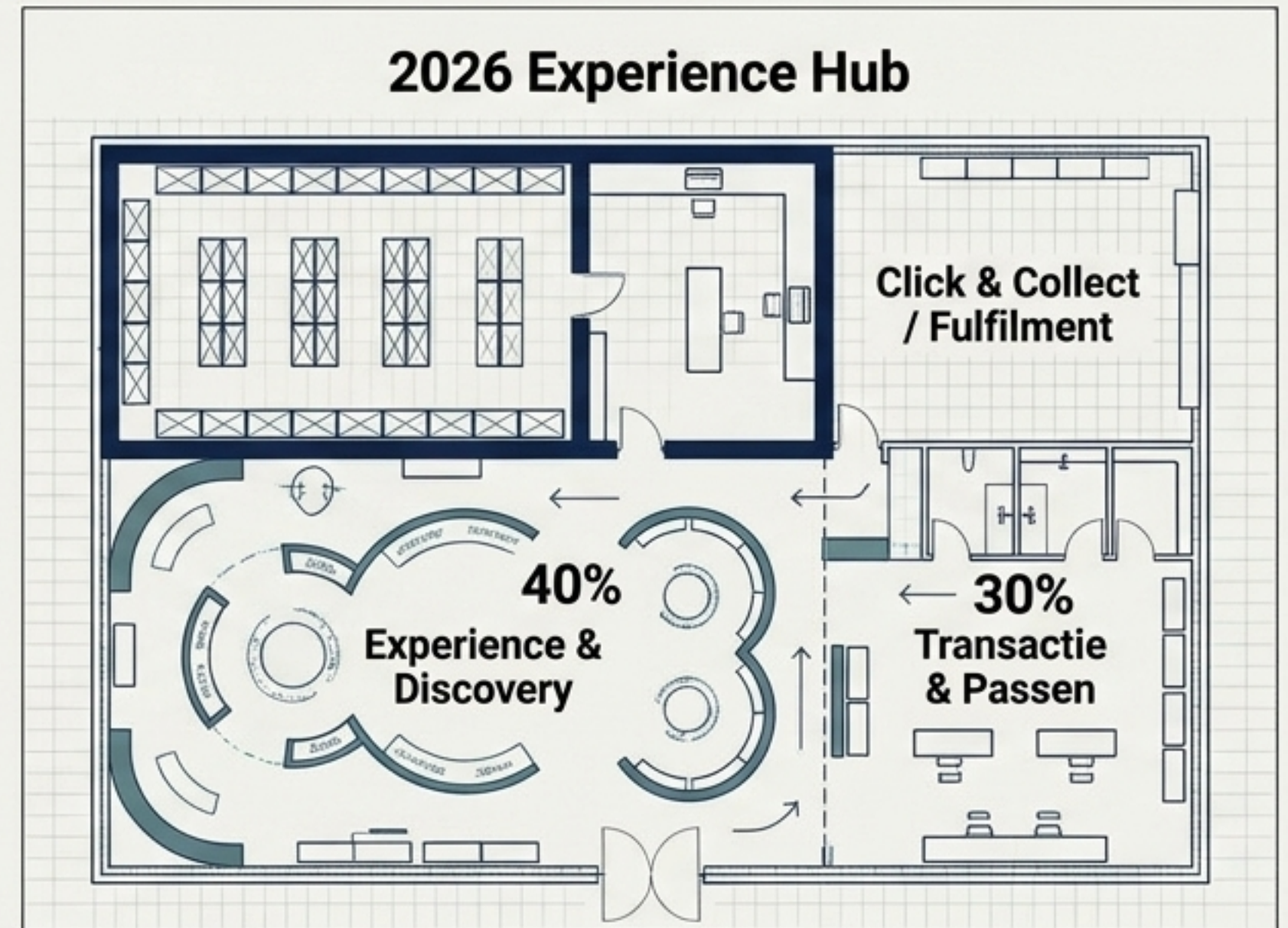
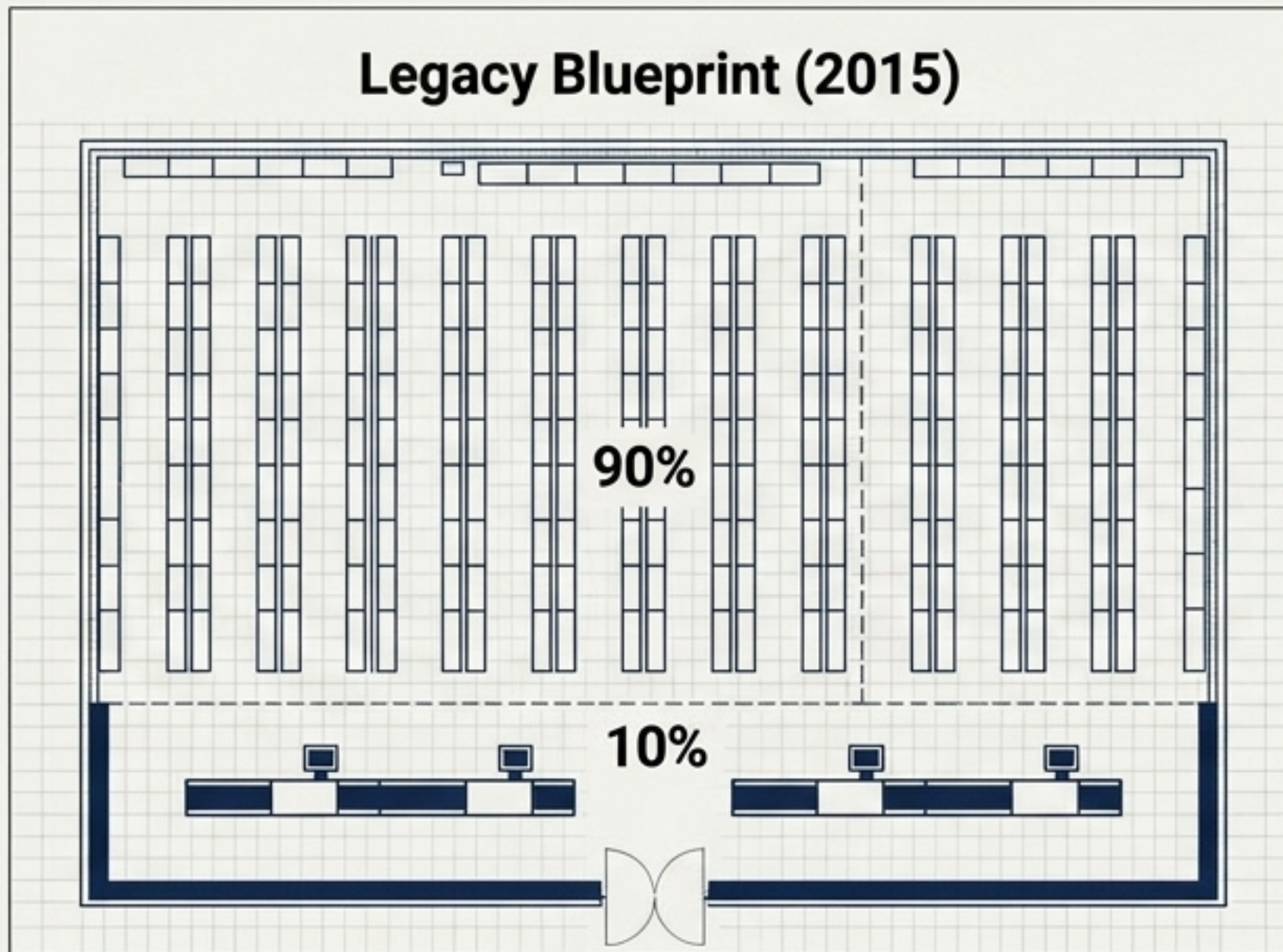
KPI: Out-of-stock rate
& Fulfilment speed

- Eén centrale 'single source of truth' voor voorraad.
- Fysieke winkels fungeren als dark stores voor snelle lokale levering.



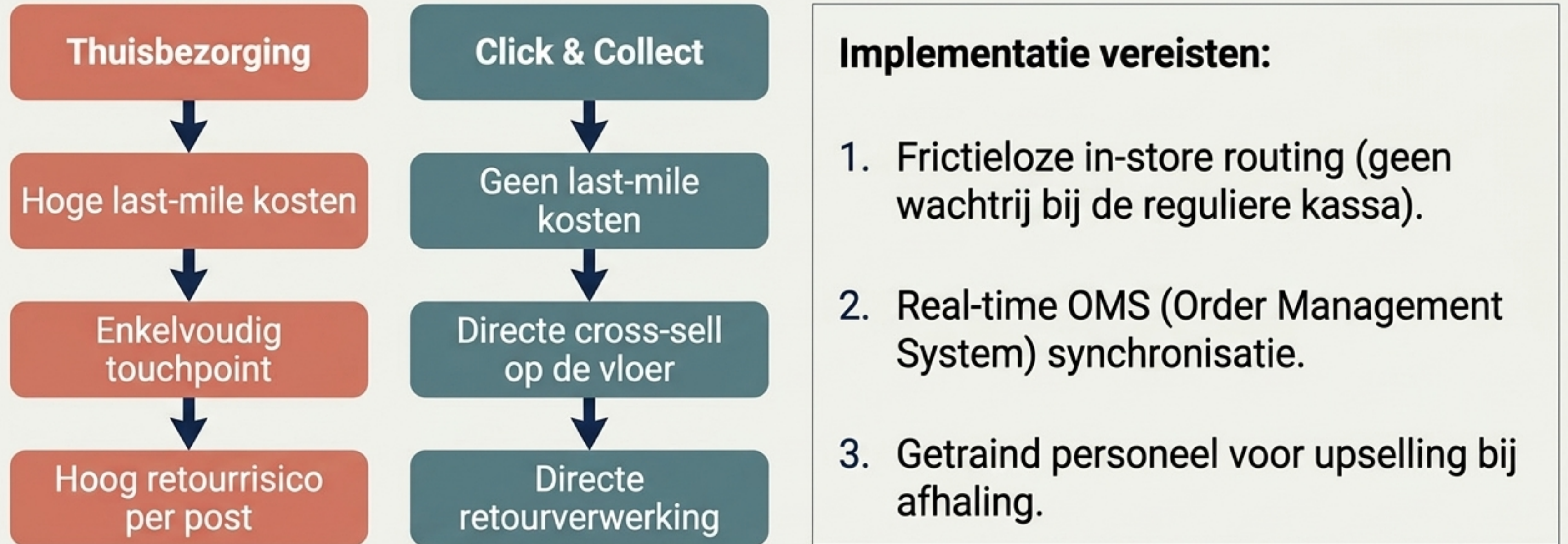
Pijler 4: De Fysieke Winkel Herdefiniëren

KPI: NPS fysieke winkel & Dwell time



















De winkel is niet langer slechts een kassa; het is een merkactivatie-centrum en een lokaal logistiek knooppunt.

Click & Collect: De Ultieme Omnichannel Gamechanger



C&C reduceert last-mile kosten met 100% en drijft de cross-sell rate op de winkelvloer significant op.

Nederlandse Marktcontext: Omnichannel Volwassenheid

	Hema	Coolblue	Bol.com	Int. Best-in-Class
Unified Stock Visibility				
Cross-Channel Fulfillment				
Experiential Store Role				
Digital Integration				

- **Bol.com:** Meester in logistiek, maar mist het fysieke anker voor merkbeleving.
- **Coolblue:** Bewijst de kracht van winkels voor retouren en advies (high-involvement).
- **Hema:** Sterk fysiek netwerk, bezig aan inhaalslag op unified backend.

Strategische Valkuilen: Do's and Don'ts



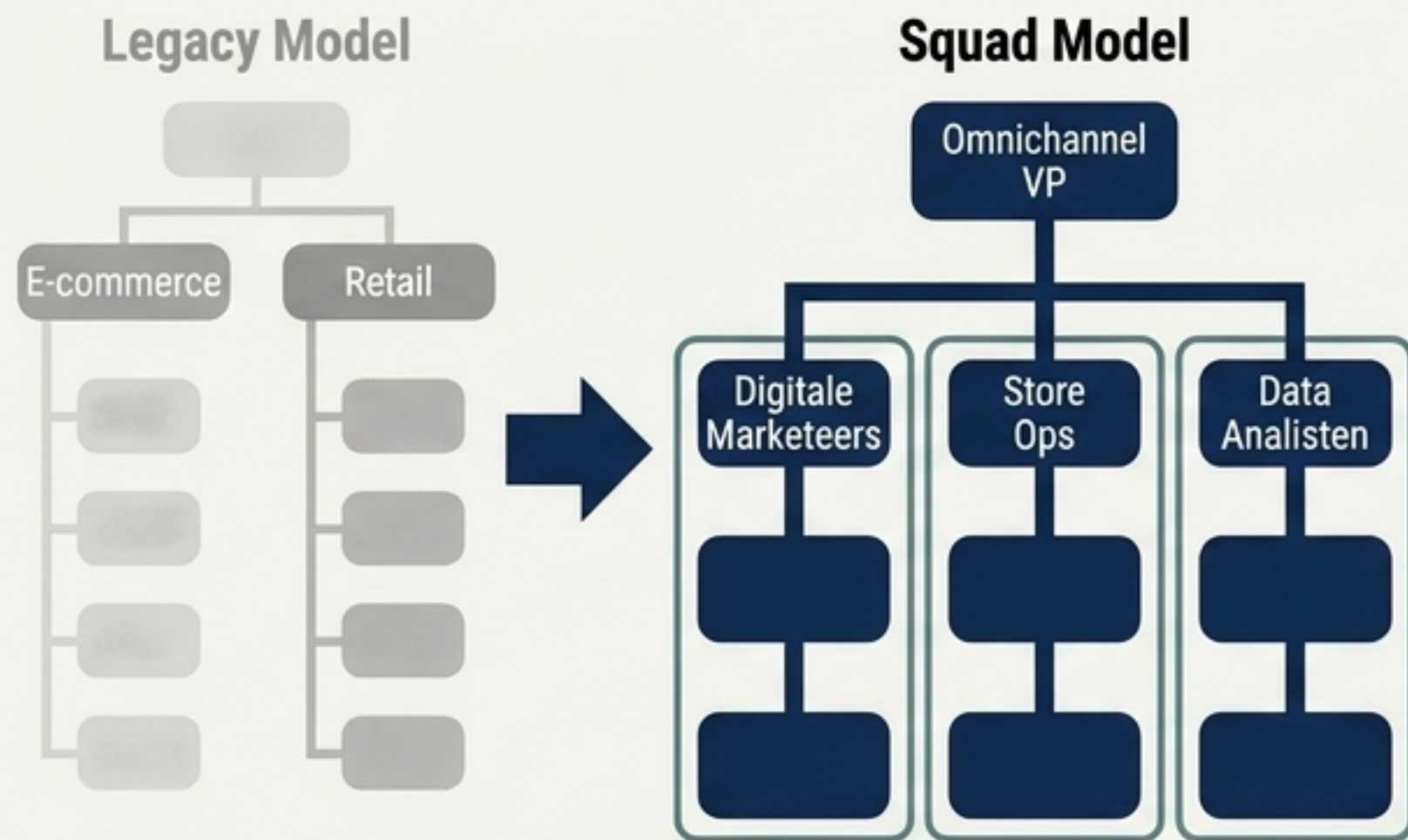
- Kannibalisme tussen kanalen ontkennen of maskeren in rapportages.
- Zware investeringen in front-end zonder solide back-end data (lipstick on a pig).
- Online en fysieke teams targeten op gescheiden, concurrerende P&L's.



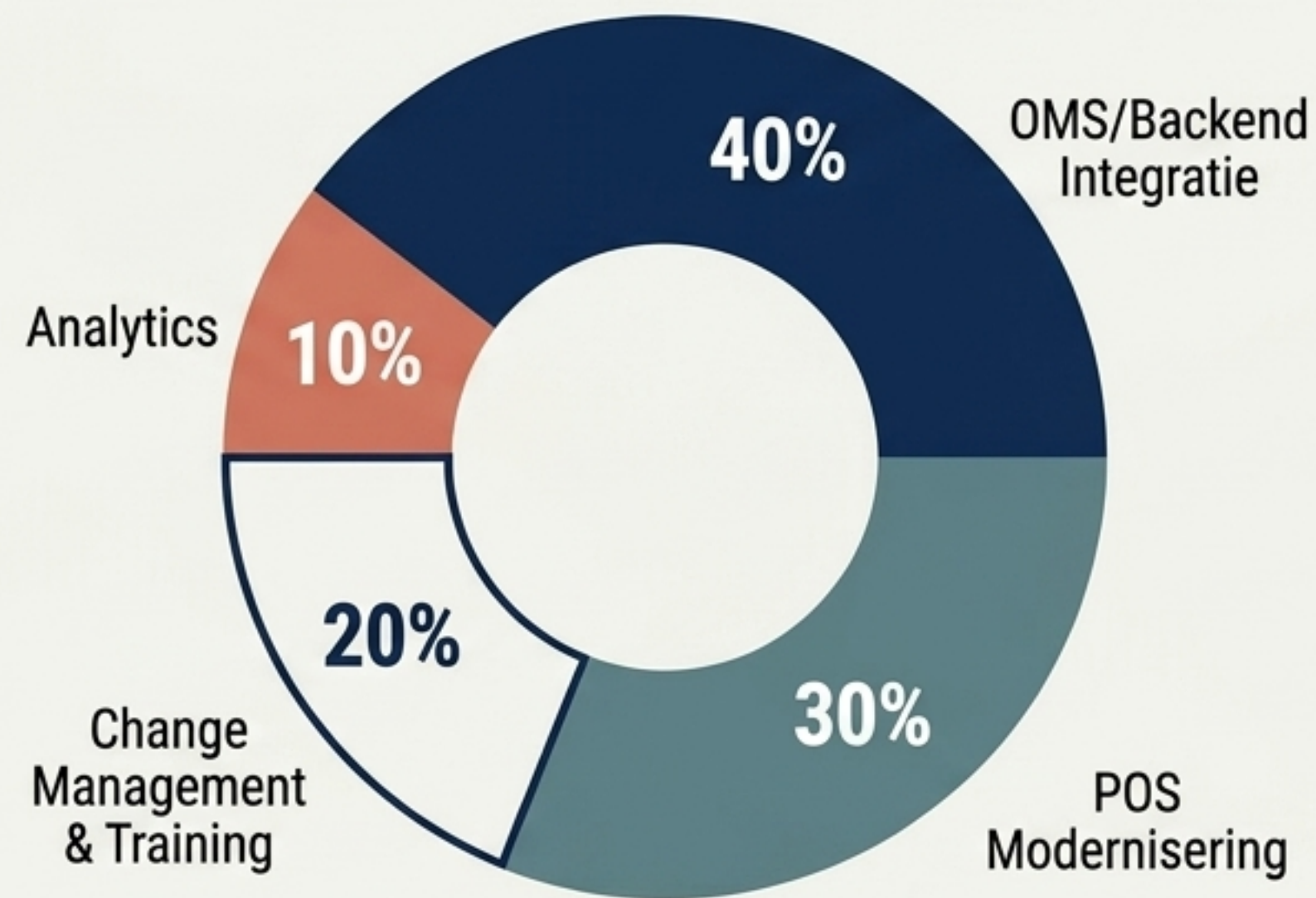
- Kanaal-agnostische beloningsstructuren voor winkelpersoneel implementeren.
- Data centraliseren in één overkoepelend Customer Data Platform (CDP).
- Fysieke winkels de credit geven voor online conversies in hun postcodegebied.

Organisatiemodel & Budgettering

"Silo-Busting" Architecture Diagram

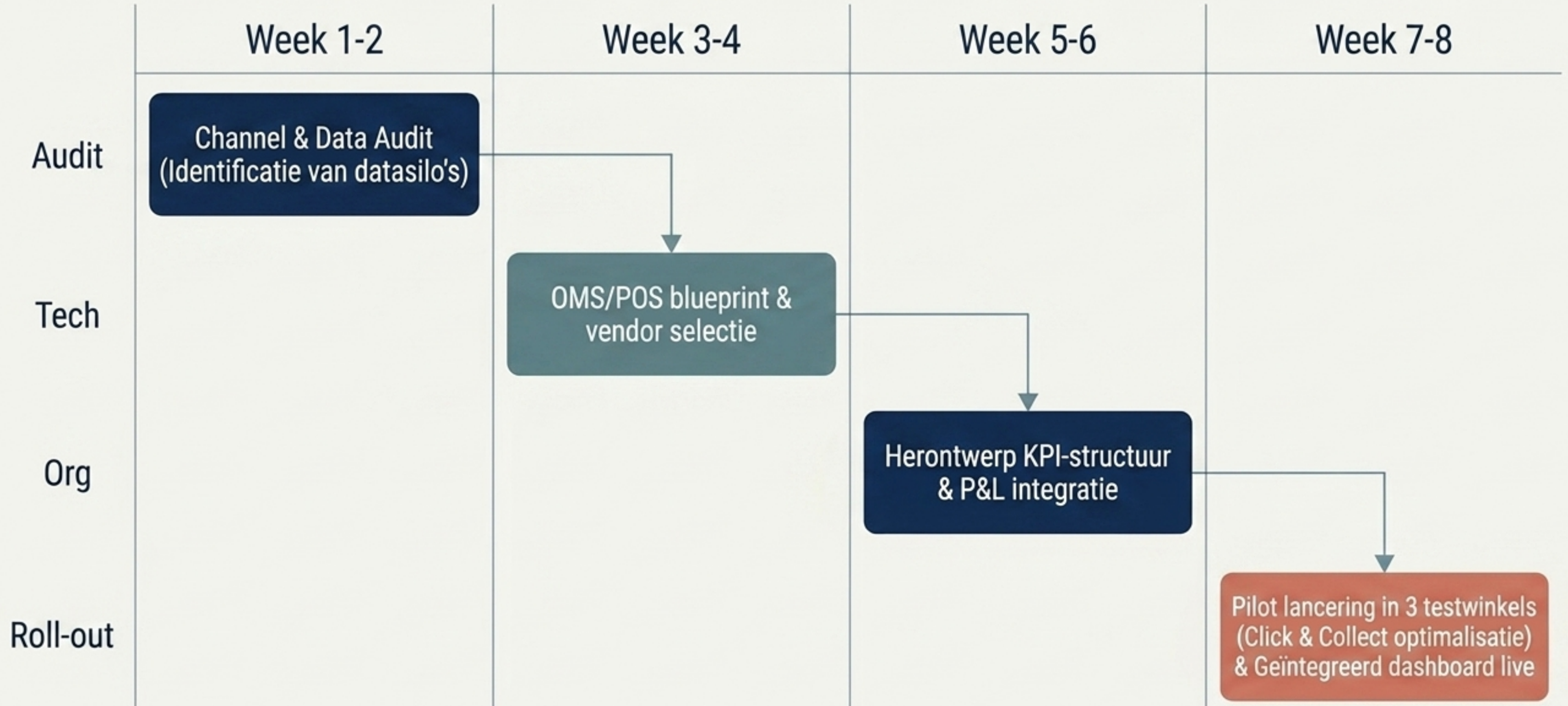


Budget Allocation Pie/Donut Chart

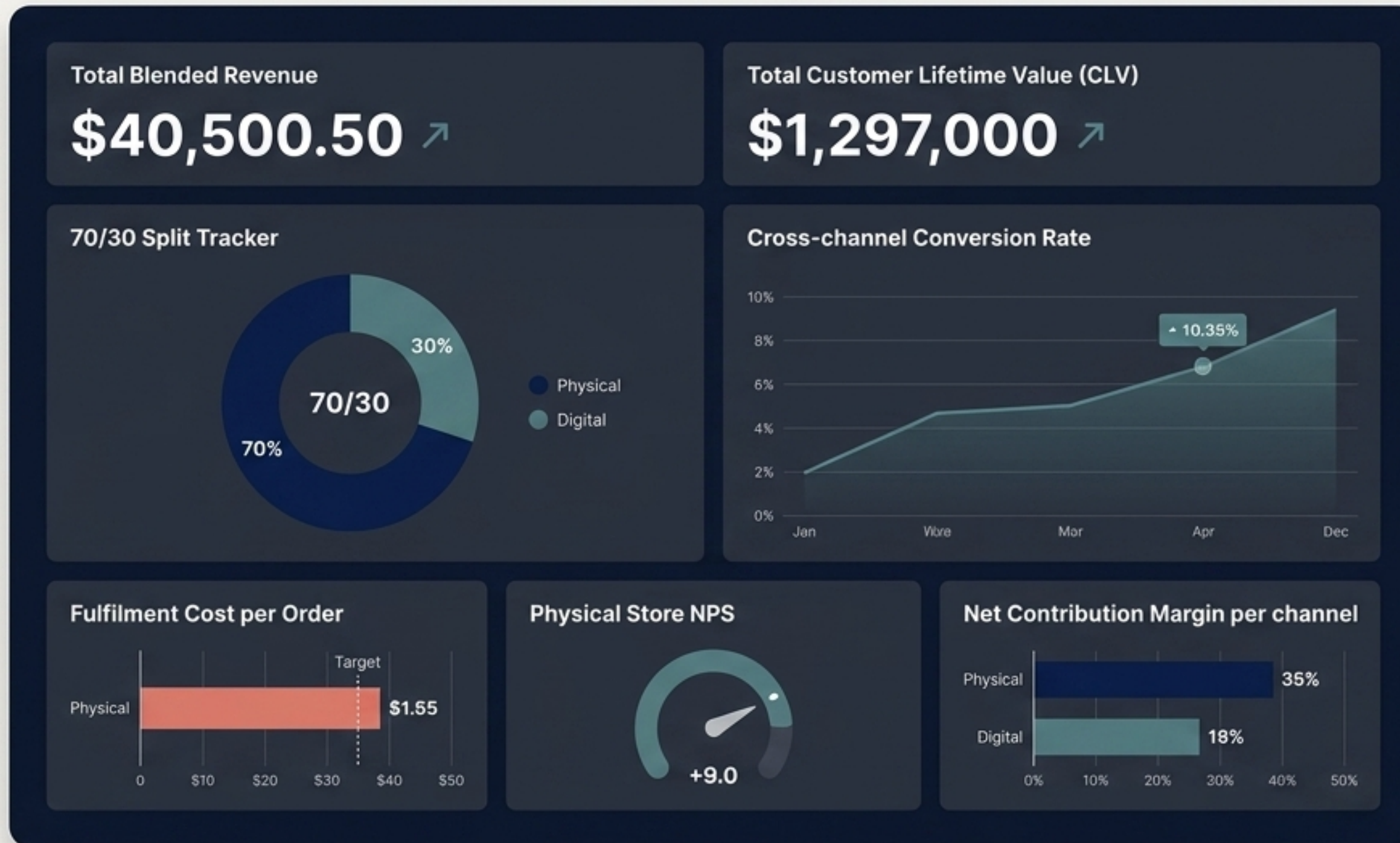


Technologie is slechts 70% van de investering; zonder **cultuurverandering** en training faalt de executie op de winkelvloer.

Implementatie Roadmap: Week 1 tot 8



Het Geïntegreerde CMO Dashboard



Stuur niet op kanalen, stuur op klanten.
Dit dashboard vormt de enige waarheid.

Samenvatting & Actieplan

5 Key Takeaways:

- 1** 1. 70/30 is het winstgevende evenwicht.
- 2** 2. Contributiemarge onthult de ware kosten van e-commerce.
- 3** 3. De journey is een loop, geen trechter.
- 4** 4. Voorraad moet agnostisch en real-time zijn.
- 5** 5. Gescheiden P&L's vernietigen waarde.

Stap 1 (Maandag):

Voer een channel contribution margin audit uit (inclusief retouren).

Stap 2 (Binnen 14 dagen):

Centraliseer online en fysieke P&L verantwoordelijkheid.

Stap 3 (Binnen 30 dagen):

Lanceer de frictieloze Click & Collect optimalisatie-sprint.