

Digital Marketing opdracht 8-2-2023

Luc Swinkels

Zalando.nl

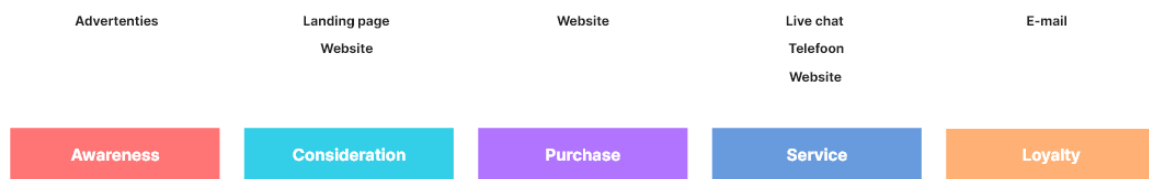
Customer Journey

Zalando, een webshop, heeft als doel om online producten te verkopen en hebben geen fysieke winkels.

De customer journey zoals ik die voor me zie van een standaardconsument bij Zalando is:

1. Ontdekken (bekijken van categorieën en artikelen)
2. Artikel bekijken
3. Artikel bestellen indien gewenst, anders terug naar ontdekfase
4. Betalen
5. Via externe partij bezorgen
6. (Indien nodig) retour sturen

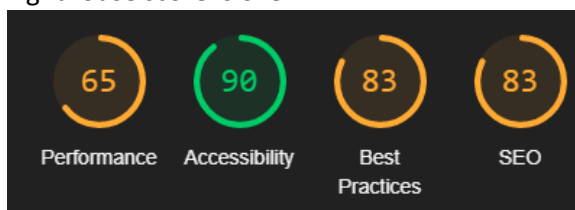
Awareness – Consideration – Purchase – Service – Loyalty



Zalando heeft een “plus” programma waarmee klanten snellere leveringen en eerdere releases kunnen krijgen, maar hier zitten weinig loyaliteitsbonussen aan vast, dus ligt de focus vooral op het werven van de klant en eenmalige aankoop . Door snelle en goede leveringen te doen voor een goede prijs kan Zalando wel goede service leveren, waardoor klanten snel terugkomen.

Goede aspecten

- Goed gebruik gemaakt van icoontjes en afbeeldingen waar mogelijk om effect van lappen tekst tegen te gaan
- Houd consumenten goed bezig met producten door op elke productpagina extra artikelen die er op lijken aan te prijzen
- Bestelknop is een andere kleur dan alle andere knoppen dus valt goed op
- Weinig clicks nodig om van artikel naar afrekenen te gaan
- Alles mogelijk te doen zonder inloggen
- Site is technisch gezien stabiel, maakt gebruik van moderne frameworks, werkt snel en loopt niet vast
- SEO is goed geoptimaliseerd, als je al zoekt op “broek kopen” op Google verschijnt bovenaan Zalando zonder de naam Zalando te vermelden
- Lighthouse score is oké



Slechte aspecten

- Zalando branding komt niet veel voor, paar oranje accenten maar verder is het heel standaard en worden er ook allerlei andere kleuren door elkaar gebruikt die niet horen bij de Zalando branding
- Sommige pagina's kunnen best lang worden en het hoofdmenu scrollt niet mee naar onder. Hier is overigens wel een back to top button voor gemaakt.