

Nee-verkoop kost een derde van omzet

13-09-2007 00:00

Detailisten lopen bijna een derde van de omzet mis door nee-verkopen, zogeheten lost sales. Dit blijkt uit onderzoek van het bureau Boer & Croon in filialen van 22 winkelketens.

Volgens onderzoekers Marianne Ruys en Maarten Vijverberg is een lost sale in meer dan een derde van de gevallen te wijten aan het gegeven dat het product niet tot het assortiment behoort. In een kwart van de gevallen was het artikel niet of niet in de juiste maat verkrijgbaar en in tien procent konden consumenten simpelweg de producten niet vinden.

De sport- en modeketens scoren het slechtst wat betreft gemiste verkopen. De sportbranche noteerde in het onderzoek een lost sales van 54 procent van de omzet, de modebranche deed het iets beter met 51 procent. Doe-het-zelfketens kwamen het beste uit het onderzoek met een verlies van zeventien procent.

Het 'verkeerde' winkelbezoek wijten de onderzoekers onder meer aan vage communicatie en onduidelijkheid over de formule. "Wij kwamen een keten tegen die al tien jaar geen damesondergoed meer verkocht. Toch krijgen de filialen nog dagelijks dames over de vloer die vastbesloten zijn damesondergoed in te slaan."

Een grotere voorraad wordt genoemd als een mogelijke oplossing. "Zorg er verder voor dat je de logistiek centraal stuurt, zodat niet elk filiaal een eigen strategie volgt. Goede managementinformatie is daarbij essentieel."