Lost sales

15-10-2007 00:00

De non food-sector loopt gemiddeld eenderde van haar omzet mis doordat klanten met koopintenties de winkel met lege handen verlaten. Dit blijkt uit een onderzoek van Boer & Croon naar ‘lost sales’. “Het wordt tijd dat bedrijven meer tijd en geld gaan besteden aan het verhogen van de omzet in plaats van te focussen op het beheersen van de kosten”, aldus Boer & Croon partner Maarten Vijverberg.

“Het is opvallend dat veel bedrijven meer tijd en energie steken in het beheersen van het werkkapitaal en de kosten dan in het verhogen van de omzet. Het drukken van de kosten krijgt overwegend prioriteit. Dit, terwijl er letterlijk en figuurlijk nog enorm veel winst te behalen valt wanneer winkels zich richten op het verkopen van producten en het afstemmen van hun assortiment op de wensen van hun klanten.”

Aan het woord is Maarten Vijverberg, partner bij Boer & Croon. De uitspraak van Vijverberg komt niet uit de lucht vallen. Uit een kersvers onderzoek van Boer & Croon, naar ‘lost sales’, blijkt dat een winkelketen in de non food sector gemiddeld bijna eenderde van haar omzet (32 procent) misloopt als gevolg van ‘lost sales’, ofwel gemiste omzet doordat consumenten ondanks hun koopintenties niets hebben gekocht in de betreffende winkel.

Het gehele artikel is te lezen in het oktobernummer van RetailTrends
Een jaar- of gratis proefabonnement op RetailTrends? Klik hier
U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl