

'Luxemerken laten internetkansen liggen'

04-06-2008 00:00

De aanwezigheid van luxemerken op internet laat te wensen over. Dat blijkt uit onderzoek van het Amerikaanse onderzoeksbureau Forrester, zo schrijft FashionUnited op haar website. Volgens Forrester is een op de drie luxemerken online te vinden. Het onderzoeksbureau spreekt dan ook van een gemiste kans omdat acht op de tien consumenten die iets meer te besteden hebben, dagelijks internet gebruiken om actief te zoeken naar informatie en regelmatig luxegoederen en diensten online bestellen.

Het onderzoek stelt verder dat luxemerken moeten stoppen met de pogingen van online shoppen een winkelervaring te maken. In plaats daarvan moet online shoppen een manier zijn om klanten te helpen tijd te besparen door goede informatie te geven en online producten en diensten aan te bieden. Fabrikanten van luxe merken die het volgens het onderzoek goed doen zijn LVMH, Orient-Express, de webwinkel Net-a-Porter en de huwelijksite Wrapit. Het onderzoek is gebaseerd op 178 luxe merken uit Europa, Azië en de Verenigde Staten.