

'Super shoppers' onmisbaar voor retailers

24-02-2014 00:00

Nog geen twintig procent van de Britse consumenten is goed voor zeventig procent van alle retailbestedingen. Dat blijkt uit onderzoek van Deloitte in opdracht van eBay. In totaal gaf deze groep 'super shoppers' in 2013 ruim tweehonderd miljard pond uit.

Deze achttien procent van de Britten zijn tussen de 25 en 44 jaar oud, bekleden veelal leidinggevende functies, winkelen twee keer vaker dan gemiddeld met hun mobiel en oriënteren zich dertig procent vaker online, voordat ze naar een fysieke vestiging gaan.

Retailers moeten zich over zoveel mogelijk kanalen op deze groep richten, stelt Ian Geddes, partner bij Deloitte. "Vergeleken met andere consumenten, geven deze super shoppers meer uit, maken ze van meer bronnen gebruik om aankopen te onderzoeken en doen ze dit door van meer kanalen gebruik te maken."

Negen miljard pond van de verkopen in het Verenigd Koninkrijk zijn volgens Deloitte tot stand gekomen door omnichannel retail. Daarbij wijst het erop dat de online verkopen de fysieke winkelverkopen in de modebranche niet in de weg zitten. 95 procent van de online aankopen is volgens het onderzoeksbureau aanvullend op de uitgaven in de winkelstraten. "Het onderzoek laat zien dat retail niet om online tegen offline draait, maar dat ze goed kunnen samengaan voor de consument", stelt senior vice president Jacob Aqraou van eBay Europa, Midden-Oosten en Afrika.