

Eenderde van winkelaankopen beïnvloed door internet

05-05-2014 08:50

Eenderde van alle fysieke aankopen in Europa wordt voorafgegaan door online onderzoek door consumenten. Dat percentage groeit tot 2018 uit naar 44 procent. Dat stelt Forrester na onderzoek onder ruim dertienduizend consumenten uit zeven Europese landen, waaronder Nederland.

In totaal boekten Europese retailers vorig jaar 539 miljard euro omzet na online onderzoek door de consument. Daarbij gaat het om aankopen die in de fysieke winkel worden gedaan en waarvan online bijvoorbeeld informatie over het product, de prijs of de locatie van de winkel is opgezocht. Dat bedrag is in 2018 opgelopen tot 920 miljard euro, verwacht het onderzoeksbureau.

Een iets groter deel van de omzet, 991 miljard euro (48 procent), is over vier jaar afkomstig van verkopen die niet door het online kanaal zijn beïnvloed. 169 miljard omzet (acht procent) van de omzet wordt alleen online geboekt. Die percentages lagen in 2013 nog op respectievelijk 64 en zes procent.

De vijf productcategorieën waarin de meeste crosschannel aankopen worden gedaan zijn huishoudelijke apparaten, speelgoed, elektronica, computers en sportartikelen. Voor online onderzoek worden in Europa vooral zoekmachines geraadpleegd, gevolgd door Amazon en de websites van specifieke retailers. Het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland zijn gezamenlijk goed voor 72 procent van alle door online beïnvloede fysieke winkelaankopen.