

'Bouwmarkten werken online concurrentie in de hand'

14-07-2014 00:00

Doordat veel traditionele bouwmarkten producten niet thuisbezorgen, laten zij ruimte aan nieuwe toetreders die deze toegevoegde waarde wel bieden. Voorbeelden van partijen die in dit gat springen zijn obibouwmarkt.nl en ToolsXL, stelt ABN AMRO in het rapport Bouwmaterialenhandel: de opkomst van omnichannel.

ABN AMRO merkt dat dhz-spelers de redenen waarom mensen vroeger niet happig waren op online winkelen, één voor één slechten. Gevestigde bouwmarkten als GAMMA en KARWEI hebben inmiddels een webshop geopend, waarbij ze in samenwerking met PostNL producten afleveren bij consumenten thuis en via afhaalpunten in hun winkels. Veel andere spelers gaan echter niet verder dan online betalen, waarna de klant de bestelling alsnog in de winkel moet ophalen.

Online bouwmarkten als obibouwmarkt.nl en ToolsXL onderscheiden zich volgens de bank met een breed assortiment, scherpe prijzen en uitgebreide service. Eerder nam het online aanbod in de dhz-branche al toe doordat spelers als bol.com, Coolblue en Wehkamp.nl klusproducten aanbieden.

Klus- en bouwmaterialen zouden zomaar de volgende online groeisectoren kunnen zijn, stelt ABN AMRO. Zo is de smartphone voor klussers op locatie het aangewezen device. Bouwmarkten mogen dit kanaal volgens de bank niet negeren, omdat een goede mobiele presentatie essentieel is voor 'one-click-buy'. De crosschannel aankopen komen naar verwachting van ABN AMRO in 2020 uit op 58 procent, tegenover 38 procent puur offline aankopen.

[Klik hier om het volledige rapport te downloaden.](#)