

Webwinkels van fysieke retailers slechter gewaardeerd

02-10-2014 00:00

Het lukt de gemiddelde multichannel retailer niet om het gat ten opzichte van online pure players te dichten. Dat concludeert OC&C Strategy Consultants uit onderzoek naar de waardering van 75 winkelketens onder ruim drieduizend consumenten. Waar de webwinkels van fysieke retailers slechter gewaardeerd worden, kunnen bol.com, Amazon.com, Wehkamp en Zalando juist op meer waardering rekenen.

De Nederlandse consumenten beoordelen onlinewinkels dit jaar gemiddeld met een 6,2, tegenover een 6,4 in 2013. De beoordeling van de webshops van de pure players ging omhoog van een 7,2 naar 7,3, terwijl multichannel retailers juist een slechtere waardering kregen (van 6,3 naar 6,1).

Consumenten worden steeds kritischer ten aanzien van aspecten als toegankelijkheid, aanwezigheid van goede reviews en levertijd, zegt partner Marc van der Goot. Spelers als bol.com en Amazon spelen daar volgens hem handig op in met mobiele applicaties. Ook de conventionele retailers hebben de afgelopen jaren zeker niet stilgezeten, stelt hij. "Maar blijkbaar zijn de meeste partijen er nog niet in geslaagd om in te lopen op de pure players en aan de eisen van de steeds kritischer wordende consument te voldoen."

Geen of een slechte webwinkel leidt volgens Van der Goot niet direct tot een slechte algemene beoordeling van de winkelketen. Zo staan Hornbach, Action en Lidl onderaan de waardering voor online, terwijl ze in de top tien van best gewaardeerde winkelketens staan. Daartegenover staat dat van de tien winkelketens die het best beoordeeld worden op online winkelen er dit jaar acht in de top twintig staan. "Ter vergelijking: twee jaar geleden waren dat er slechts vier."

Consumenten waarderen bol.com met een 8,1 ook dit jaar als beste winkel van ons land, zo bleek al uit het rapport van OC&C. IKEA volgt op plek twee met een 7,8, terwijl de Bijenkorf en Douglas de derde plaats delen met een 7,7.