

'Retail graaft eigen graf door kortingswoede'

28-11-2014 08:13

Fysieke retailers vechten elkaar de tent uit met kortingen in de hoop te voorkomen dat consumenten hun sinterklaasaankopen online doen. "Het enige wat ze verzinnen is het aanpassen van het prijspeil. Daarmee graven ze hun eigen graf", zegt retaildeskundige Sabien Duetz in De Financiële Telegraaf.

Door onder meer de economische crisis is de innovatieknop bij veel retailers dichtgedraaid waardoor het aanbod verschaalt, stelt ze. "En dan is voor winkels, ook voor de grote ketens, nog maar één route: de prijsknop." Daarnaast vergelijken consumenten de prijzen online om vervolgens het product tegen de laagste prijs aan te schaffen, terwijl fysieke retailers op het gebied van aanbod niet op kunnen tegen onlinespelers. "Dan jaag je ze wel het internet op", aldus Duetz.

Door hun winkels op zaterdag tot acht uur 's avonds open te houden, bieden fysieke retailers klanten meerwaarde die webwinkels niet hebben, zegt hoogleraar e-commerce Cor Molenaar van de Erasmus Universiteit. "De zaterdagavond is een veel leuker koopmoment dan de reguliere donderdagavond. Daarmee haal je een stukje concurrentievoordeel van internetwinkels weg."