

Gevestigde retailers versterken omnichannelombouw

12-01-2015 15:34

Ruim de helft van de retailers in Nederland laat klanten bestellingen in de winkel afhalen of retourneren. Dat percentage is nog hoger als ook de fysieke winkels van webshops en de afhaalbalies van Albert Heijn voor bol.com meegerekend worden. Dat blijkt uit de vergelijking van de online-activiteiten van zo'n tweehonderd retailers voor het jaarlijkse overzicht RetailSites, dat in het januarinumnummer van EtailTrends is gepubliceerd.

Wat vorig jaar een serieuze beweging was die dit jaar verder versterkt wordt, is de omnichannelombouw van gevestigde winkelketens. Die beseffen immers dat websites, nieuwsbrieven en ook social media ingezet kunnen worden om klanten terug naar de winkel te halen. Door afhalen en retourneren in de fysieke winkels mogelijk te maken neemt de klant bovenal de last mile voor eigen rekening.

Sommige retailers met een webshop verwerken al tweevijfde van hun online-afzet via click & collect. Het afhalen van online bestellingen in de winkel is bij zo'n 54 procent van de multichannel retailers mogelijk. Retourneren is met 56 procent iets populairder. Grote retailers als Dixons, Kruidvat, Schoenenreus en Blokker zorgen voor dat verschil: daar kan de online shopper zijn bestelling wel retourneren maar niet afhalen. Bij formules als Intertoys en ICI PARIS XL zijn online bestellingen daarentegen niet te retourneren in de winkel, maar wel af te halen.

Een andere manier om klanten terug naar de winkel te halen is het inzicht geven in de actuele winkelvoorraad. Inmiddels zijn deze gegevens van achttien procent van de grotere ketens in non-food toegankelijk, blijkt uit gegevens van Voradius. Eén op de tien van die retailers doet dat via deze lokale winkelzoekmachine. Een kwart van de non-foodretailers publiceert productgegevens bij Voradius.

Voor veel winkelketens ligt de uitdaging in het beschikken over accurate voorraaddata. De voortekenen zijn echter goed, blijkt uit RetailSites. Nederland loopt internationaal gezien voorop in het faciliteren van click & collect. Verder hebben Nederlandse retailers de afgelopen twee jaar grote schreden gezet in het benutten van social media. Het jaarlijkse overzicht geeft ook een update over de aanwezigheid op Facebook, Instagram en Twitter. Verder wordt het gebruik van de nieuwsbrief onder de loep genomen.

Het januarinumnummer van EtailTrends verschijnt eind deze week. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.