

'ICI PARIS XL is de meest toekomstbestendige retailer'

20-03-2015 00:00

De meerderheid van de winkelketens is niet onderscheidend en speelt onvoldoende in op het veranderende koopgedrag van hun klanten. Dat concludeert Q&A Research & Consultancy uit onderzoek onder bijna tweehonderd retailers, waarvoor vorige maand onder meer zesduizend consumenten zijn ondervraagd.

Het onderzoeksbureau onderscheidt drie factoren die bepalen of een retailer toekomstbestendig is: een onderscheidende winkel, het vermogen om veel traffic te generen en een goed online profiel. ICI PARIS XL scoort het best op die punten en voert daarmee deze zogenoemde retail ranking aan. Vorig jaar werd DEEN uitgeroepen tot de meest toekomstbestendige retailer, maar die supermarktketen eindigt nu op de vierde plek. De top vijf wordt verder gecompleteerd door Lidl, Hoogvliet en Paradigit. New Yorker en Trendhopper staan het laagst geklasseerd.

Dertien procent van de retailers blijkt onmisbaar, terwijl voor zeventien procent van de retailers geldt dat hun afwezigheid niet als een probleem wordt ervaren. Slechts één op de twintig retailers is volgens Q&A in staat zijn klanten blij te maken. Dille & Kamille en Rituals scoren het best op dit onderdeel. Bij veertig procent van de retailers verlaten klanten de winkel juist zonder glimlach. Kijkshop maakt zijn klanten het minst blij, stelt Q&A. Retailers kunnen hun klanten blij door echt onderscheidend te zijn. Wereldwinkel, Flying Tiger en IKEA scoren het hoogst als het gaat om onderscheidendheid. Bij Scapino, Dolcis en Zeeman is het gebrek aan onderscheidend vermogen het grootst.

Winkelketens kampen verder met een gebrek aan loyale klanten. Bij bijna acht op de tien retailers is het onwaarschijnlijk dat hun klanten de eerstvolgende aankoop weer bij hen doen. Dit geldt vooral voor Trendhopper, Sacha en Kijkshop. Consumenten wisselen gemakkelijk tussen winkelketens. Per branche weten slechts enkele retailers klanten echt te binden. Bij supermarkten is de loyaliteit het grootst onder klanten van Lidl en Jumbo.

Verder blijkt dat nog altijd een kwart van de retailers geen webshop heeft, hoewel dat volgens Q&A essentieel is voor omzetbehoud. Retailers hebben volgens onderzoeksdirecteur John Terra het afgelopen jaar vooral geïnvesteerd in click & collect. Waar klanten vorig jaar bij veertig procent van de winkels hun online bestelling in de winkel konden ophalen, ligt dat percentage nu op 57 procent. 35 procent van de ketens biedt next day delivery, ongeveer evenveel als vorig jaar.