

Service met een hoofdletter S

11-06-2015 08:57

Door Antoine Endtz

Advocaat bij Endtz & Co Advocaten

Nederland loopt op servicegebied uit de pas. Uit het laatste Internationale Retailonderzoek van Zendesk blijkt dat maar 78 procent van de consumenten in Nederland tevreden is over de service die zij hebben ervaren (on- en offline), tegenover bijvoorbeeld 91 procent in Noorwegen. Het kan dus beter. Maar dat kan alleen als retailers dagelijks werk van service gaan maken. De vijf grootste ergernissen van consumenten:

Geen respons op vragen en klachten via social media

Uit Engels onderzoek is gebleken dat 53 procent van de consumenten die via social media aan een retailer een vraag stellen binnen één uur een antwoord verwacht. Dit loopt op tot 72 procent als het om een klacht gaat. De schatting is dat meer dan tachtig procent van de Nederlandse retailers hier niet aan voldoet.

Ongeïnteresseerd winkelpersoneel

Hoewel productkennis en volledige focus op de consument in de winkel als vanzelfsprekendheid wordt gezien, voelt 38 procent van de consumenten zich niet serieus genomen in een fysieke winkel. Resultaat: gederfde omzet. Goed opgeleid en attent personeel zorgt aantoonbaar voor een hogere conversie en hogere bonomzetten.

Mobiele discriminatie

Veel retailers zijn nog steeds niet ingesteld op het feit dat consumenten niet alleen op hun mobiele telefoon of tablet surfen, maar er ook mee kopen. Volgens Forrester zal dit jaar 29 procent van de e-commerce aankopen via de mobiele telefoon of tablet worden gedaan (oplopend tot 54 procent in 2018).

Gebrekkige productinformatie

Consumenten gebruiken het internet om zich te informeren, maar zijn visueel ingesteld. Afbeeldingen spelen daarbij een centrale rol. Te weinig retailers spelen op deze tendens in en geven hun site uitvoerige (ook visuele) productinformatie, met reviews, foto's en productfilms.

Saaiheid van de winkel

U kent het wel, zappedrag. Gevoed door het internet zijn ook consumenten zappers geworden. Zij scannen als het ware uw online en offline winkel en haken veelal in seconden af. De meest gehoorde klacht is dat alle winkels saai zijn. Beleving is het nieuwe toverwoord. Breng beleving in uw winkel en gij zult oogsten.

Bron: RetailTrends 5