

# 'Amazon Prime goed voor hogere conversie'

29-06-2015 22:00

Leden van Amazon Prime gaan in driekwart van hun bezoeken aan de webwinkel over tot een aankoop. Niet-leden zijn goed voor een conversie van dertien procent, meldt Internet Retailer naar aanleiding van nieuw onderzoek van Milward Brown Digital. In een vergelijkbaar onderzoek uit april hadden Prime-leden nog een conversieratio van 63 procent.

Van de Prime-leden die een webwinkel van andere retailers bezoekers, gaat in het meest recente onderzoek slechts zes procent daadwerkelijk over tot een aankoop aldaar. Leden zijn sowieso al minder geneigd om tijdens hun shopping journey een kijkje te nemen in een andere webwinkel. Een niet-lid zal tijdens zijn online aankoopproces in twaalf procent van de gevallen zowel Amazon.com als Walmart.com bezoeken. Bij Prime-leden gebeurt dat slechts in 0,9 procent van de tijd.

Abonnees op Amazon Prime betalen per jaar 99 dollar en krijgen al hun bestellingen dat jaar gratis dezelfde dag of binnen twee dagen bezorgd. Hoewel de dienst niet ontworpen is om de klantloyaliteit te verhogen, heeft het dat effect, zei de Nederlandse cto Werner Vogels van de e-commercegigant al in het aprilnummer van RetailTrends. Het bezorgabonnement betaalt zichzelf echter nog niet uit.

In ons land biedt de Bijenkorf zijn klanten sinds vorig jaar een vergelijkbare service met ShippingPlus. Wie eenmalig 9,95 euro betaalt, krijgt zijn pakketten een jaar lang gratis thuisgestuurd.