

# Pure players presteren beter dan omnichannel retailers

01-07-2015 06:35

Nederlandse pure players presteren beter dan retailers die zowel online als fysiek opereren. Dat blijkt uit de [Ecommerce Benchmark](#), die de Ecommerce Foundation met Thuiswinkel.org en Marktplaats Zakelijk uitvoerde onder 276 retailers.

Pure players hebben bijvoorbeeld minder last van verlaten winkelmandjes. Online shoppers laten bij hen vijftig procent van de gevulde winkelwagens in de steek, terwijl dat bij omnichannel retailers ruim zestig procent is. Dat komt mogelijk doordat consumenten zich online oriënteren op producten en ze vervolgens bij dezelfde retailer fysiek aanschaffen, aldus de onderzoekers.

Daarnaast lijken pure players efficiënter te zijn als het gaat om de inzet van personeel. De omzet per fulltime medewerker ligt bij de online spelers op 539.358 euro, tegenover 426.305 euro bij hun omnichannel collega's.

Retailers die zowel online als fysiek actief zijn, hebben echter lagere kosten rond retourzendingen. Voor omnichannel retailers kost een retour gemiddeld 6,57 euro, terwijl dat bij etailers op 8,54 euro ligt. Omnichannel spelers profiteren op dit gebied van hun fysieke winkels, die als ontvangstpunt voor retouren dienen. Pure players moeten hiervoor gebruikmaken van een verzendservice.

Uit hetzelfde onderzoek blijkt verder dat grote retailers online beter presteren dan kleinere branchegenoten. Zo is de bounce rate van de website van spelers met meer dan duizend fte bijna twee keer zo laag als bij retailers die maximaal tien fulltime werknemers hebben. Grote retailers scoren daarnaast beter op het gebied van bezorgkosten, doordat ze betere afspraken kunnen maken met logistieke partijen.