

'Online gaat merendeel van fysieke aankopen beïnvloeden'

29-07-2015 06:58

Over vijf jaar wordt 53 procent van de Europese detailhandelsverkopen beïnvloed door digitale touchpoints. Dat stellen onderzoekers van Forrester in het rapport [European Crosschannel Retail Sales Forecast, 2015 to 2020](#) dat dinsdag verscheen.

De invloed van digitale kanalen neemt de komende vijf jaar beduidend verder toe door onder meer het stijgende aantal smartphonebezitters, aldus Forrester. In 2020 zijn crosschannel verkopen (fysieke aankopen waaraan online research voorafging) naar verwachting goed voor 704 miljard euro. Nu is dat nog 457 miljard euro. Gecombineerd met online verkoop komen de crosschannel verkopen uit op 947 miljard euro.

Met name schoenen- en fashionretailers kunnen de komende jaren steeds meer invloed verwachten van digitale touchpoints in de customer journey. In 2020 boeken zij volgens Forrester meer dan de helft van hun omzet in fysieke winkels, maar zijn consumenten daarbij beïnvloed door online research. Datzelfde geldt voor juweliers, retailers uit de woon- en tuinbranche en beautyretailers. Zo heeft Estee Lauder zijn omzet met drie procent zien stijgen sinds consumenten op instore tablets kunnen zien hoe ze producten kunnen gebruiken.

Retailers moeten zich bewust zijn van de waarde van hun digitale touchpoints en de invloed die deze kanalen hebben op fysieke winkelverkopen, stelt analist Michelle Beeson. Mobiele technologie biedt retailers mogelijkheden om de digitale en fysieke touchpoints met elkaar te verbinden, door bijvoorbeeld locatiegebaseerde notificaties naar de smartphone van klanten te sturen.

Deloitte berekende onlangs al dat dertig procent van de totale winkelverkopen in ons land vorig jaar beïnvloed werden door het gebruik van digitale technologieën. Verder bleek uit het [rapport](#) dat Nederlandse consumenten die zowel voor als tijdens het shoppen het online kanaal gebruiken gaan 48 procent vaker over tot een aankoop dan 'offline' consumenten.