

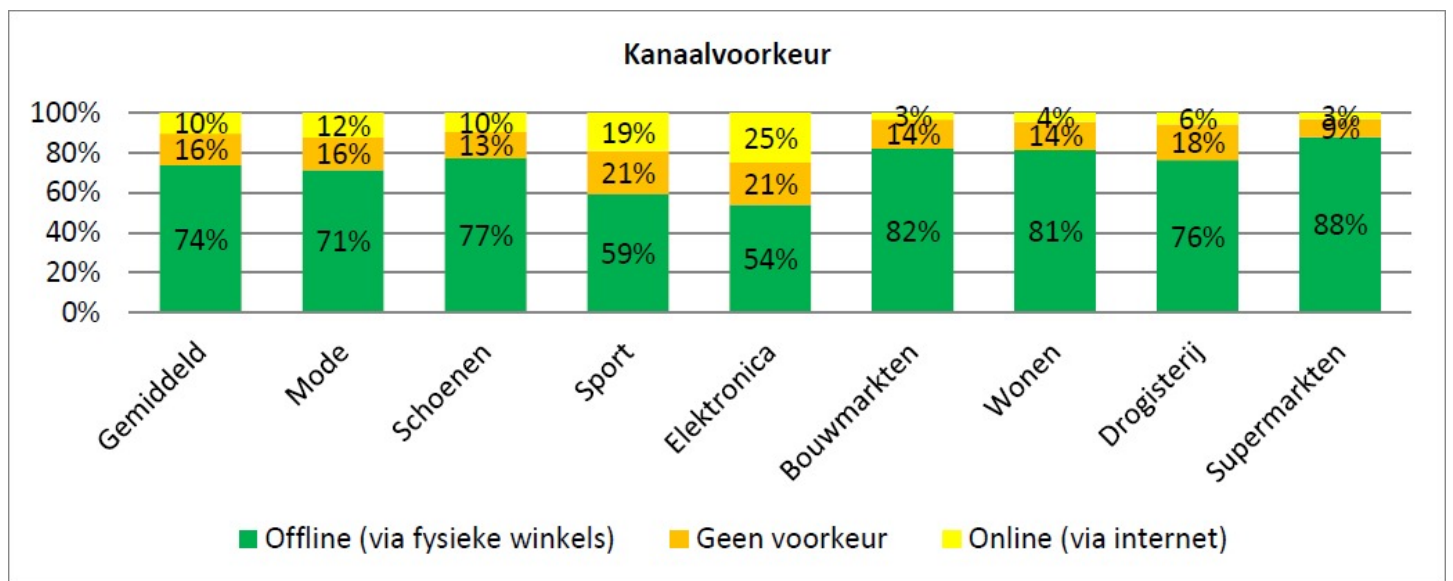
'Consument wil online inspiratie, offline kopen'

14-09-2015 14:05

Hoewel online retail gestaag terrein wint, houden de meeste consumenten nog altijd een voorkeur voor de fysieke winkel. 74 procent van de consumenten gaat het liefst naar een stenen vestiging, waar tien procent het liefst online winkelt. Dat blijkt uit onderzoek van Q&A Research & Consultancy onder 3500 consumenten, in opdracht van ABN AMRO.

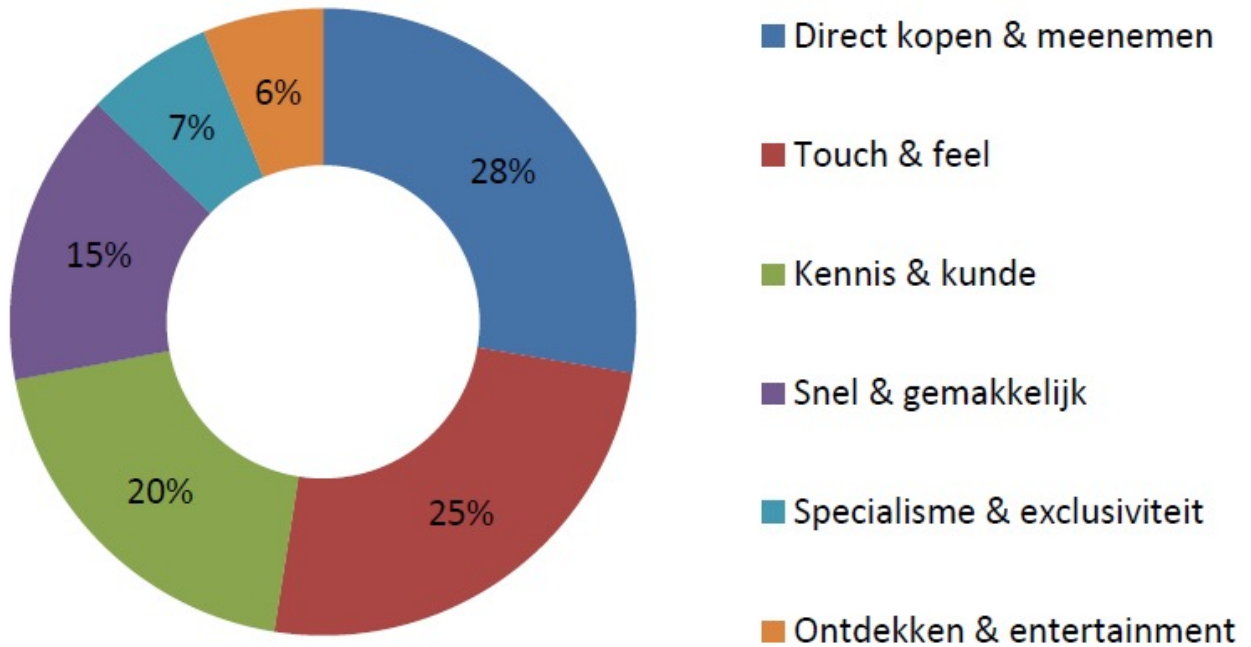
De bank verwacht dat het aandeel van online in de totale retailomzet de komende jaren blijft groeien met percentages tussen de zeven en negen procent. De verschillen binnen de sector zijn echter groot. Zo doet de sterkste groei zich voor in markten waar de ommezwaai naar online net is begonnen, zoals bij bouw- en supermarkten.

In deze twee sectoren blijken de meeste consumenten een voorkeur te hebben voor het fysieke kanaal. 88 procent van de ondervraagden doet zijn boodschappen het liefst in een winkel, terwijl 82 procent liever naar de bouwmarkt gaat dan naar een website om aankopen te doen. Bij elektronica (54 procent) en sport (59 procent) is die voorkeur voor fysieke winkels het kleinst.



Consumenten konden in het onderzoek verder aangeven over welke basiseigenschappen toekomstbestendige winkelconcepten beschikken. Direct kopen en meenemen wordt met 28 procent het vaakst genoemd, terwijl voor 25 procent van de consumenten het van doorslaggevend belang is producten te kunnen voelen en ervaren. Online vervult hierbij voorafgaand aan de aankoop vooral de rol van inspiratiebron, concludeert ABN AMRO. Kennis en kunde is voor een op de vijf consumenten de belangrijkste eigenschap van een winkel.

Basiseigenschappen toekomstbestendige winkelconcepten



Retailers kunnen op basis van consumentenbehoeften en de kenmerken van de winkellocatie een gerichte keuze maken voor de beste combinatie van winkelfuncties, stelt sectoranalist Saskia van de Scheur. "Dat betekent dat hij bewust moet zijn van wat online voor hem kan betekenen, maar vervolgens moet kiezen waar hij zelf onderscheidend mee kan zijn."