

'Abonnementen vervangen transactie-economie'

14-01-2016 08:33

Abonnementsdiensten komen in de retail steeds meer in de plaats van de traditionele transactie. Dat zegt 'subscription-goeroe' John Warrilow in het januarinummer van RetailTrends.

In zowel binnen- als buitenland bieden steeds meer retailers een abonnementsdienst aan. Zo test Albert Heijn sinds begin vorige maand een bezorgabonnement. Het is het begin van een nieuwe economie, die bijdraagt aan de verzwakking van de fysieke retail, voorziet Warrilow. "Online shoppen en abonnementen zijn twee grote klappen voor de lokale fysieke retailer."

Amazon Prime staat volgens hem symbool voor het succes van het abonnement. Prime-gebruikers bestellen vier keer meer dan gewone Amazon-klanten, om de kosten van hun abonnement eruit te halen.

Iedere retailer kan een abonnementsdienst opzetten, denkt Warrilow. Het belangrijkste daarbij is het om iets unieks toe te voegen aan de bestaande diensten. Dat belang neemt toe naarmate meer bedrijven abonnementen aanbieden en het risico op 'subscription fatigue' toeneemt. "Je kunt niet meer aankomen met een abonnement als uniek selling point."

In het januarinummer van RetailTrends geeft John Warrilow onder meer zes gouden regels om succes te hebben met het abonnement als businessmodel. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)