

'Snelgroeierende retailers experimenteren met mobiel'

06-04-2016 08:43

Retailers die relatief hard groeien zijn agressiever in het testen van verschillende mobiele strategieën dan andere retailers. Daarna nemen ze de best werkende variant in gebruik. Dat blijkt uit een onderzoek van RSR Research.

Volgens het rapport *Mobile in Retail* zien succesvolle retailers een sterke binding met klanten via mobiel als hun grootste kans. Zij kijken hierbij met name naar persoonlijke aanbiedingen. Diezelfde retailers zijn daarnaast meer gefocust op de mogelijkheden die mobiel biedt in het vinden van artikelen. Retailers die minder succesvol zijn in hun mobiele strategie gebruiken smartphones met name voor het vergelijken van prijzen.

“Uit quotes van ondervraagde shoppers blijkt dat daadwerkelijk persoonlijke aanbiedingen nog niet de standaard zijn”, aldus managing partner Steve Rowen van RSR Research. “Toch zien we dat retailers die echt inzetten op een persoonlijke benadering meer bereiken dan retailers die inzetten op loyaliteit.”

Daarnaast zien veel retailers dat mobiel een steeds belangrijker podium wordt. 73 procent van de bovengemiddeld presterende retailers heeft een mobiele site. Bij de gemiddeld presterende retailers is dit slechts 39 procent. Er is eenzelfde soort gat zichtbaar op het gebied van mobiele applicaties.